

LEONARDO DE VASCONCELOS MACHADO RODRIGUES

**MAL E MANIPULAÇÃO, UM CONTO NAZISTA:
A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA POLÍTICA SOBRE
O MARKETING DE PRODUTOS.**

**RIO DE JANEIRO
2004**

MAL E MANIPULAÇÃO, UM CONTO NAZISTA: A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA POLÍTICA SOBRE O MARKETING DE PRODUTOS.

Leonardo de Vasconcelos Machado Rodrigues

Trabalho apresentado ao Programa de Graduação da Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito à obtenção do Título de Bacharelado em Comunicação Social com Hab. Em Publicidade e Propaganda

Orientador:

Prof. Dr. Sócrates Nolasco, PhD.

RIO DE JANEIRO

2004

**MAL E MANIPULAÇÃO, UM CONTO NAZISTA:
A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA POLÍTICA SOBRE
O MARKETING DE PRODUTOS.**

Leonardo de Vasconcelos Machado Rodrigues

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Sócrates Nolasco, PhD. - Orientador.

Prof. Luiz Sólon Gallotti.

Prof. Sebastião Amoedo

Aprovada em: ____/____/____

Conceito:_____

**Rio de Janeiro
2004**

“As idéias não precisam ser muito certas para terem grande influência. O melhor é que elas sirvam à disposição e necessidade do momento”.

John Kenneth Galbraith

“Se alguém estiver planejando uma revolução deve antes de mais nada, e sem sombra de dúvida, arranjar uma causa e um exército. Em seguida, com base em toda a experiência – seja homem ou mulher – deve arranjar uma boa oficina gráfica.”

John Kenneth Galbraith

AGRADECIMENTOS

Aos amigos de faculdade, alunos e professores, que me ensinaram o poder de um sorriso, a importância de se resolver os problemas fáceis, relativizar os difíceis e duvidar dos sem solução.

Aos pais: José Antonio e Eliana, e aos não menos pais: José Luiz, Lêda e Conceição, que têm a superação das expectativas por hábito.

À família, sem cujo apoio, sempre irrestrito, a faculdade não seria uma realidade.

Aos meus muitos irmãos e irmãs. Eles riram das melhores piadas e ajudaram com os piores problemas.

À Pequetita, pelo exemplo de perseverança.

Ao meu professor, orientador, sócio e amigo Sócrates Nolasco, sempre impecável em todas as funções.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
CAPÍTULO 1: NAZISMO E MANIPULAÇÃO	12
CAPÍTULO 2: MERCADO E MANIPULAÇÃO	32
CAPÍTULO 3: INFÂNCIA NAZISTA	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
ANEXO 1: The Jewish Question in Education	61
ANEXO 2: <i>Trust no Fox</i>	67

RODRIGUES, Leonardo de Vasconcelos Machado. *Mal e manipulação, um conto nazista*: a influência da propaganda política sobre o marketing de produtos. Orientador: Sócrates Nolasco, PhD. Rio de Janeiro, ECO/UFRJ, 2004. 79p. Monografia. (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro).

RESUMO

Uma visão atual sobre o Marketing de Produtos. Análise da evolução da propaganda política através do caso nazista alemão. As articulações do discurso pensadas para a propaganda política seguem um modelo, e este integrou-se à estrutura do Marketing de Produtos. Este trabalho busca semelhanças entre a lógica que rege a estratégia da propaganda política nazista e a que opera no mercado das modernas sociedades de consumo. O valor da crença e da ideologia é reconhecido tanto pela propaganda quanto pelo Marketing de Produtos; suas estratégias objetivam a difusão de visões de mundo. O comportamento social diante de estratégias de comunicação que agem em função de aspectos psíquicos. Uma análise de comportamento psicologicamente embasada, focada no público infantil.

ABSTRACT

A recent vision on Marketing of Products. Analysis of the evolution of political propaganda through the nazi German case. The constructions of speech developed for political propaganda follow a model, which integrated itself to the structure of Marketing of Products. This paper searches similarities between the logic behind the nazi political propaganda and the one behind the market on modern consumer societies. The value of belief and ideology is acknowledged by advertising as well as by Marketing of Products; their strategies aim the diffusion of world visions. Social behavior before communication strategies that act on psychical aspects. A behavioral analysis psychologically based, focused on children public.

Introdução

O ano é 1939, a 2ª Guerra Mundial está oficialmente declarada, ao longo de 6 anos se daria um período de barbárie sem precedentes na história da humanidade. Nunca antes volume tão imenso de recursos materiais e humanos são empenhados de forma tão organizada na promoção da morte. No período que vai de 1939 a 1945 estima-se que cerca de 1.384.900.000.000 de dólares são gastos no esforço de guerra (Burns, 1959).

É difícil determinar o fator mais relevante para a execução de um conflito nas proporções em que se dá a 2ª Guerra Mundial, mas, por outro lado, é fácil dizer quais atuam como seu pré-requisito. Toda guerra pressupõe a mobilização de massas, de um grande contingente humano, e a união dessa massa em torno de um objetivo talvez seja a parte mais complicada de todo o processo.

A Alemanha era um país em crise e o Partido Nazista (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei ou NSDAP), liderado por Hitler, soube perceber suas necessidades. Através de uma análise do contexto pelo qual passava a população, ainda que de forma empírica e sem atrelar-se fortemente a qualquer metodologia, Hitler organiza um plano político. Valendo-se de meios de comunicação de massa que despontam e de uma propaganda que começa a evoluir, o Partido Nazista obtêm êxito na difusão de sua ideologia, estabelece sua visão de mundo e gera consenso entre os alemães.

A ascensão do NSDAP marca um período importante da evolução da propaganda. Hitler e seus asseclas reconhecem a importância da propaganda para a manipulação da opinião pública e mobilizam recursos do Estado em seu proveito. O reconhecimento do

valor da atividade e a alta disponibilidade de recursos marca esse período como uma fase de experimentação e aprendizado prático.

Apesar de não surgir da experiência nazista nenhum grande teórico da comunicação de massa, o exercício de sua prática e teoria (ainda que superficial) levantam questionamentos que se mantêm atuais. Por vezes, o pensamento que naquele tempo ainda se encontra em estado bruto, é mais tarde lapidado e dá origem a elementos teóricos muito importantes na prática da propaganda de hoje.

Os tempos mudam, as tecnologias e métodos surgidos na década de 30 evoluem, a sociedade da informação e do consumo emerge, a propaganda se desenvolve e expande. A evolução dos sistemas de comunicação muda a maneira de se fazer propaganda política, assim como a de se anunciar produtos. Baseando-se em princípios desenvolvidos na prática da propaganda política, o ‘marketing de produtos’ começa a tomar nova orientação. Resgatando e apreendendo elementos originalmente formatados na prática da propaganda política, o marketing se fortalece. E aqui este trabalho encontra seu propósito: analisar o quanto do conhecimento originado na propaganda política pode ser encontrado, hoje, nas estratégias de marketing voltado para produtos, observando, ainda, seu funcionamento e validade.

A argumentação organiza-se pelo método tripartido: contextualização, apresentação de instrumentos de análise e, por último, estudo de caso. O primeiro capítulo apresenta o contexto histórico que propicia a ascensão do nazismo, o processo de formação de um “público” sensível a seus argumentos. Discorrendo sobre fatores psicológicos e socioeconômicos, o primeiro capítulo estende-se até a ascensão de Hitler. O segundo capítulo apresenta o instrumental de análise, uma discussão teórica que busca o cerne da estratégia

nazista, os mecanismos operantes na propaganda que promove sua carreira política. O segundo capítulo aproveita-se da contextualização feita no anterior para identificar uma possível relação entre a propaganda política e o marketing de produtos, suas características funcionais e respeito à ética. O terceiro capítulo é um estudo de caso, a análise de uma peça de propaganda alemã voltada para crianças. Esta peça é, em verdade, um livro de contos infantis, material escolar que objetiva a transmissão da ideologia nazista para a infância. O objetivo da análise é buscar similaridades entre os contos e peças publicitárias atuais.

Este trabalho têm um grande débito para com alguns autores e reconhecer-lhes a importância se faz necessário. Prestar as honras a quem lhes são devidas não é tido aqui como sinal de fraqueza, mas antes de força, valorizando este que se escora em grandes e firmes pilares. Toda a argumentação sobre a relevância dos processos inconscientes e da natureza psicológica humana protegem-se sob o guarda-chuva teórico de Freud. A contextualização da vida cotidiana de uma República de Weimar em crise, décadas atrás, não seria possível sem o suporte do meticuloso trabalho de Richard. A vida de Keynes e a história do Tratado de Versalhes não podem ser contadas de forma tão apaixonada por outro que não Galbraith. O trabalho de Levitt serve de guia nos pensamentos sobre o marketing de produtos, e o de Lowenberg para a história psíquica da infância nazista. Um agradecimento especial é devido à biblioteca da University of South Florida, que traduziu os contos infantis do original em alemão para o inglês, e a Randall Bytwerk, professor do Calvin College, de Michigan, que gentilmente disponibilizou e autorizou a utilização deste material.

Capítulo 1: Nazismo e Manipulação

“Sim, posso imaginar obtusas raças hesitantes, as quais mesmo em nossa Europa, rápidas nos seus movimentos, requereriam séculos para superar certos excessos atávicos de patrimonia e de fixação à terra onde nasceram e retornar novamente à razão, isto é, ao bom “europeísmo”.

Nietzsche

O ser humano foi muito feliz no controle da natureza, só não aprendeu a controlar sua própria natureza. Essa frase encerra uma grande verdade sobre o ser humano: ele não é senhor de si, para o bem ou para o mal, e a História o prova. A credulidade humana é infinita, e por ela pode se convencer a realizar toda sorte de ato bárbaro, basta acreditar, ter fé. Este ensinamento é antigo. Há tempos o aprenderam milhões de ameríndios, época da colonização espanhola, assim como os mouros, em tempos de Cruzadas, e os hereges, nos idos da Inquisição. O assassinio, o fratricídio, o matricídio, o genocídio, a humanidade já passou por todo teste de brutalidade, e sempre foi aprovada com louvor.

O conflito parece inerente à condição humana, dos últimos 3456 anos somente 268 não foram marcados por guerras. Os números são indiferentes ao progresso, seja ele cultural, técnico ou científico; a violência se mantém uma constante social. Talvez o caminho mais acertado para o descobrimento da causa da violência, seja a busca pelo que há de constante no próprio ser humano, o que há no de hoje que ainda se refere ao das cavernas. Mais precisamente, sobre a parte de si que o homem nunca estabeleceu controle, seu inconsciente.

O inconsciente foi objeto de estudo de Freud por longos anos, e seus postulados servem de referência para que entendamos o funcionamento psíquico. Freud classifica três

domínios distintos da mente humana, cada um com sua particularidade. Que por mente humana não se entenda o cérebro, uma instância fisiológica, e sim o aparelho psíquico, o sistema que opera sobre uma ‘infra-estrutura cerebral’. Os domínios que Freud estipula são: *id*, *ego* e *superego*. O *id* compreende caracteres hereditários, os instintos. O *id* é nossa esfera inconsciente, seus impulsos são regidos pelo princípio do prazer. A única coisa que o *id* concebe é o desejo e a necessidade de ele ser satisfeito, indiferente à realidade externa. A integridade física dos indivíduos estaria em constante risco se fosse guiada apenas pelos impulsos do *id*.

Mediando o contato do *id* com o meio externo, a realidade, encontramos o *ego*. O *ego* é nossa porção consciente, seu intuito é satisfazer as exigências do *id*, mas, para isso, pesa antes as conseqüências para o organismo. O *ego* compreende nossa experiência, resultado do contato com o mundo exterior. Sob algumas situações de tensão o *ego* pode enfraquecer-se, diminuindo sua capacidade de controle sobre o *id* e pondo o organismo em perigo.

A última das três instâncias é o *superego*, nossa ‘consciência formal’. O *superego* desenvolve-se na infância, quando somos dependentes de outros indivíduos. Na infância o *ego* ainda não está completamente formado e o sujeito ainda não afirmou sua individualidade, esta fase é de grande apreensão de conhecimento. Nos anos da infância nos são incutidos valores morais e regras sociais, nos pesa a influência do pensamento de nossos pais e família, e estas influências não se perderão. Após a formação do *ego* estas experiências do relacionamento com o mundo externo constituirão o *superego*, que também será considerado nas arbitragens do *ego*. (Freud, 1975)

Provavelmente as maiores responsáveis pelas guerras são as pulsões mentais de origem primitiva. A declaração de uma guerra não é uma decisão que se tome sem algum pesar, e mais fácil não o é a decisão de nela se lutar. O processo de tomada de decisão que conduz à escolha pela guerra envolve poucos aspectos de ordem racional. A aceitação da possibilidade de morte prematura na execução de missões cujo significado, ao menos para os soldados, não é exatamente claro, envolve a ação de mecanismos inconscientes, de impulsos. Somente considerando-se a influência da esfera inconsciente na tomada de decisão é que se pode conceber o impulso para a (auto)destruição.

Na visão de Freud (1996) as ações humanas são motivadas por uma união de dois grupos de instintos de natureza oposta. Os primeiros são os eróticos, ou sexuais, “que tendem a preservar e a unir” e os outros são “aqueles que tendem a destruir e matar”, os quais ele classifica como instintos agressivos, ou destrutivos. Sem a sua união a ação não se processa. A orientação das ações humanas em função de instintos opostos colocam-no em um dilema existencial. Enquanto o instinto erótico busca a preservação da vida, o instinto destrutivo procura dizimá-la. Freud chama esta pulsão interna (Trieb) de ‘pulsão de morte’¹, afirma que está presente em todos os seres vivos e busca “reduzir a vida à condição original de matéria inanimada”. É importante alertar que a pulsão de morte não é o responsável pelas guerras, nele a pulsão destrutiva volta-se contra o próprio ser. O que opera na guerra são os impulsos agressivos, resultado do redirecionamento da pulsão de morte para um objeto exterior, na guerra, a vida alheia. Freud chama a este processo “exteriorização da pulsão de morte”.

¹ Em muitas obras em português a ‘pulsão de morte’ é chamada ‘instinto de morte’. Aqui optou-se pelo uso do termo ‘pulsão’ por entender que se aproxima mais da conotação que Freud quis transmitir no original em alemão. Freud utilizou a palavra ‘Trieb’, que significa propulsionar, força que impulsiona etc.

A exteriorização da pulsão de morte explica parcialmente o histórico de conflitos em que se embrenhou a humanidade. Sim, a explicação é parcial, deve-se ter em vista que fatores sociais e econômicos também participam da equação da guerra, e que as pessoas que nela tomam parte o fazem por interesses diversos. A ação do inconsciente é relevante para o estudo da massa que toma em armas, seu processo de convencimento, mas se mostra pouco efetiva em relação aos que a declaram com fins econômicos. Explicações simplistas não compreendem a realidade, e mesmo ‘A Verdade’, pode não ser a verdade de todos os conflitos. É com essa consciência que aqui nos contentamos em analisar um “bom exemplo”.

A história da Alemanha do início do século XX confunde-se com a história da guerra moderna. É nesta ocasião que se elevam os ânimos das massas e que se estimula a liberação de atitudes irracionais em intensidade sem precedentes. Uma breve olhada no histórico humano deixaria claro que os acontecimentos de fins do século XIX não trariam boas consequências. A ascensão do nacionalismo é um mau presságio. Muitos homens começam a compartilhar da mesma crença, estão unidos por sua pátria. O homem é capaz de acreditar em qualquer coisa, por isso a importância do altruísmo de suas crenças. O nacionalismo, em específico, é uma crença especialmente desfavorável à manutenção da paz, e já na origem explicita sua carga negativa. Propagado por grupos radicais, o ideal da união nacional é, antes, o da exclusão de todo o resto, e em uma Europa já conturbada por guerras e animosidades entre países vizinhos, essa nova visão de mundo só traria complicações.

Exaltando os “ânimos nacionais” em território fronteiriço francês, a Prússia (principal unidade federativa que comporia a Alemanha) estimula o início da que hoje

conhecemos por Guerra Franco-Prussiana (1870-71). O saldo deste conflito é a unificação da Alemanha, resultado da união pelo esforço de guerra, a ampliação do território alemão pela anexação de terras francesas, e o acirramento e estímulo ao ódio em ambos os lados. O segundo Reich nasce do casamento entre nacionalismo e militarismo, e, tendo se mostrado profícuo, continua a ser encorajado.

Em 1894 é fundada a Liga Pangermanista. Pregando a união dos povos germânicos, essa entidade professava ainda o anti-semitismo e o ódio aos franceses. Transpondo para o contexto social conceitos da teoria evolucionista natural, a Liga vislumbra o progresso humano a partir do embate entre as “raças”², cujo resultado seria a sobrevivência do mais forte. Esta linha de raciocínio ‘neodarwinista’, redimensionada para o âmbito dos Estados-nações, confere legitimidade à anexação dos Estados vizinhos menos poderosos, contribuindo com a perpetuação da lógica que valida o direito do mais forte. Esta crença do direito natural é perigosa, não deve ser transportada para o meio social. A sociedade, diferente do estado de natureza, pressupõe regras, e em seu cumprimento e aceitação das diferenças individuais reside toda possibilidade de harmonia. O atendimento irrestrito do desejo, a execução de tudo que é potência, corresponde ao enfraquecimento do ego, à liberação de um *id* despreparado para a diplomacia que envolve o meio externo.

Surpreendentemente o discurso Pangermanista encontra eco junto à elite alemã. Grandes escritores, compositores e artistas deixam-se envolver pela euforia nacionalista. A exaltação da ‘cultura’ alemã e as manifestações ufanistas promovem uma cegueira coletiva,

² Os discursos racistas propositadamente confundem as palavras raça e povo. O povo judeu, por exemplo, um grupo unido por laços religiosos e culturais, é classificado pelos nazistas como uma raça. Essa distinção é importante pois distribui os indivíduos em grupos dos quais ele não podem se desassociar. O indivíduo que, pela concepção nazista, é judeu, não pode mudar seus genes, logo, nunca poderá ser um igual para os da “raça” germânica

que hoje, favorecidos pelo distanciamento histórico, podemos detectar com bastante facilidade. No início de outubro de 1914 é publicado em toda a imprensa alemã um manifesto que prova a insensatez na qual a Alemanha começa a submergir. Dezenas de membros da *intelligentsia* alemã declaram seu apoio à guerra, e, ao mesmo tempo, eximem sua pátria de qualquer responsabilidade pela origem do conflito. Em seu *A República de Weimar (1919-1933)*, Richard enumera alguns desses “grandes” homens:

“dizia o manifesto com veemência, os alemães não são capazes das brutalidades bárbaras de que são acusados! Assinavam-no historiadores e teólogos, os pintores Max Klienger e Max Liebermann, os sábios Wilhelm Ostwald, Max Planck, Wilhelm Roentgen, o arquiteto Peter Behrens, o diretor teatral Max Reinhardt.” (Richard, 1988: 20)³

O ímpeto que inicialmente opera sobre as classes mais altas não tarda a disseminar-se entre os segmentos menos favorecidos da população. A elite intelectual leva seu entusiasmo para as peças de teatro, jornais e toda sorte de meio de expressão de que dispõe, transmitindo seus valores e visão às massas. Um dos panfletos mais difundidos da época é o que contém o poema intitulado *Cântico de ódio contra a Inglaterra*. Não se limitando aos malquistos ingleses, seus versos prometem ‘balas’ e ‘golpes’ também aos russos e franceses. Se composto após o fim da Primeira Guerra Mundial é provável que o foco de tão descortês poesia se voltasse contra a França.

A Primeira Guerra Mundial é claramente influenciada pela proliferação do sentimento nacionalista. A adoção do discurso da diferença por superioridade prejudica a

³ Entre as poucas personalidades que se recusaram a assinar o manifesto estava o físico Albert Einstein, que mais tarde abandonaria a Alemanha e se tornaria uma das vozes contra a 2ª guerra Mundial.

relação entre os países, legitima os interesses expansionistas e convence a população a viver os sonhos de anexação de seus governantes. À população, é claro, não caberia nem uma pataca do tesouro a se conquistar. O fato é que, independente da racionalidade que embasa estes argumentos, os alemães “compraram” a briga.

A fé do povo alemão parece inabalável, a guerra seria ganha. No início a guerra prometia um desfecho rápido, a Alemanha de uma só vez toma a Bélgica, invade a França e bloqueia o ataque russo no leste europeu. Esse período corresponde aos quatro primeiros meses da guerra, que viria a ser chamado ‘guerra de movimento’, mas as forças acabam por se equilibrar e os lados assumem posição defensiva. Começa a segunda fase da guerra, que veio a ser conhecida por ‘guerra de trincheiras’. Esta segunda fase arrastou-se por longos três anos (1915-18), batalhas sangrentas resultavam em pequenos ganhos de território, e a certeza de vitória já é um tema vacilante nas mentes alemãs. A longa duração do conflito transformou-o em uma guerra de recursos, com ataques às linhas de suprimento inimiga e grande sofrimento para a população civil.

O esforço de guerra exige alguns sacrifícios tanto por parte da população militar quanto da civil. Os países envolvidos em conflitos armados revisam suas prioridades de produção. Recursos normalmente utilizados na produção de bens de consumo (roupas, calçados, alimentos...) são realocados na indústria bélica. As conseqüências são previsíveis, necessidades básicas da população não são atendidas. O racionamento da comida, que constitui a deficiência mais drástica, contribui com a queda de imunidade e conseqüente proliferação de doenças. A população masculina abdica de seus empregos e estudos e vai para o *front*, as mulheres assumem as fábricas.

O contato com a realidade demonstra ser fator de formação de opinião mais convincente do que os apelos dos discursos patrióticos, e as opiniões começam a se dividir. Relatos do *front* chegam aos ouvidos da população civil, que se interessa de um quadro menos belo do que o pintam os governantes. Manifestos e grupos pacifistas afloram na ilegalidade, mas a resistência de um governo imperial inflexível afasta a possibilidade de capitulação.

Ao buscar-se explicações para a mudança de opinião do povo no tocante à continuidade da guerra é necessário que se atente para a questão das motivações. Os interesses que guiam as diferentes classes sociais a favor da guerra são de natureza diversa. Enquanto as classes mais abastadas analisam a situação com objetividade materialista, sonhando com anexações e conquistas territoriais, as classes menos favorecidas motivam-se com apelos de ordem subjetiva, ideológica. Para a grande maioria trata-se de defender a nação ameaçada por um inimigo externo. Em 1914, após a declaração de guerra da Rússia contra a Áustria, o imperador afirma: “A espada nos é posta na mão!”.

Malgrado os esforços em eximir-se da culpa pela guerra, ora transferindo a responsabilidade para inimigos externos, ora exaltando o direito à grandeza, reservado à incomparável nação alemã; o povo já não está propenso a argumentos subjetivos, pesam-lhe as necessidades materiais. As tensões entre as classes sociais intensificam-se inspiradas pelo modelo revolucionário da Rússia, onde em 1917 os soviets tomam o poder. Orientando-se por sua categoria social, econômica e posição na cadeia produtiva, novos grupos são formados. Operários organizam-se em sindicatos e promovem greves que comprometem o abastecimento das frentes de batalha. Os militares menos graduados amotinam-se contra seus oficiais, recusando-se a partir para o combate. Instala-se a crise. A luta pela paz verte-se em luta pela democracia, e o governo inflexível, quebra. O kaiser

Guilherme II perde o seu poder para o Parlamento e todos os indícios apontam para o risco de uma revolução. Os parlamentares amedrontados com a possibilidade de o poder ser tomado por agentes internos, optam, ainda que sem consenso, pela negociação do armistício. A derrota para o inimigo interno representaria a perda de sua posição dominante, a derrota para o externo, uma restrição de seus poderes.

A situação dos negociadores alemães é desvantajosa, mas estes, podendo sucumbir à ameaça interna, têm de aceitar uma capitulação nada razoável. Os países da Tríplice Entente organizam a Conferência de Paris. Reunindo os representantes das principais nações da Entente (França, Inglaterra e Estados Unidos) a Conferência estabelece os termos de Paz a serem impostos à Alemanha. Este evento tem duas grandes realizações, a primeira é a redação do Tratado de Versalhes, o segundo é a criação da Liga das Nações. Embora se esperasse grandes transformações no cenário político em decorrência da atuação da Liga, o que ocorreu, por fim, foi que o Tratado de Versalhes teve repercussões muito mais significantes.

Participando da Conferência de “Paz” de Paris estava John Maynard Keynes, um economista inglês que durante os anos da Guerra trabalhara no Tesouro inglês. Sua função era, através da regulação do comércio internacional, da obtenção de juros por empréstimos e da venda de títulos, obter receita suficiente para bancar os altos gastos com importação de uma Inglaterra em guerra (Galbraith, 1998). Na Conferência de Paris esperava-se que Keynes ajudasse na definição dos termos de paz e do montante de indenização a ser pago pela Alemanha, mas sua participação dura pouco. O desejo de vingança que se apodera dos integrantes da comissão deixa Keynes abismado, e ele, percebendo o erro que se processa, não só abandona a Conferência como publica um documento em que critica os termos

impostos pelo Tratado e os responsáveis por sua feição. A Woodrow Wilson, então presidente dos Estados Unidos, chama: “este cego e surdo Dom Quixote”; sobre Georges Clemenceau, que preside a Conferência de Paz, diz: “Ele tinha uma ilusão, a França; e uma desilusão, a humanidade...”

“Quanto a Lloyd George [representante dos interesses ingleses], ele se mostrou bastante severo: “Como posso transmitir ao leitor, que não o conhece, uma impressão justa dessa extraordinária figura do nosso tempo, essa sereia, esse menestrel pé-de-bode, esse visitante semi-humano que chega ao nosso tempo vindo das matas mágicas, enfeitiçadas e encantadas da antigüidade céltica”. (Galbraith, 1998: 198)

Sobre as imposições postuladas contra a Alemanha, Keynes diz que constituem uma auto-agressão. A Europa estaria punindo a si mesma, e, por números, prova que a degradação econômica da Alemanha traria prejuízos a toda a Europa. Por suas críticas Keynes é afastado da discussão de questões públicas, pelos erros da Comissão, a Alemanha sofreria por mais uma década.

A Alemanha entra na década de 20 “despojada de um sexto das suas terras aráveis, dois quintos de seu carvão, dois terços de seu ferro e sete décimos de seu zinco.” (Burns, 1959). Além da perda de recursos naturais, consequência das perdas territoriais, a Alemanha tem de entregar aos vencedores a quase totalidade de sua frota, tanto a militar quanto a mercante. As perdas são comprometedoras. Ainda, o tamanho do exército é limitado, as aviações militar e naval proibidas, assim como a construção e manutenção de fortificações no vale do Reno; o porto de Danzig (atual Gdansk) é passado ao controle da Liga das Nações e da Polônia. Movidos por sua ânsia em punir severamente os alemães, a

comissão de Versalhes estabelece uma indenização de guerra que jamais poderia ser paga. Espera com isso perpetuar a situação de fragilidade da Alemanha, mantendo-a dependente e eternamente endividada.

A Alemanha derrotada e humilhada é tomada por um clima de anarquia. Com a queda do Kaiser Guilherme II o poder é transferido ao Parlamento. Ocorre que o Parlamento nunca gozara de tanta autonomia, seu poder era extremamente restrito, com quase todas as responsabilidades concentradas na figura do imperador. Ainda, mesmo dentro do Parlamento reinavam vozes dissonantes, de diferentes tendências políticas, e fazia-se a pergunta: “Afinal, quem vai assumir o poder?”. Greves, protestos, manifestações e conflitos armados em praça pública compõem a cena cotidiana. Representantes das duas principais forças políticas, os ‘spartakistas’ (socialistas) e os ‘majoritários’ (social-democratas, mais conservadores) lutam pelo poder. Scheidemann, líder dos majoritários adianta-se e proclama a República sem nem mesmo consultar a oposição. Utilizando-se de sua influência no Parlamento os majoritários conseguem aprovar um projeto de combate (armado) aos rebeldes, por estes entenda-se, grosso modo, a oposição spartakista. Reunindo soldados mercenários e militares insatisfeitos com o desfecho da guerra e o fim da monarquia, os majoritários, financiados por fidalgos e industriais, formam os ‘corpos voluntários’. Sua função, “restabelecer a ordem pelo terror” (Richard, 1988).

Dando suporte à ação dos corpos voluntários, os majoritários promovem uma campanha difamatória contra os spartakistas. Proliferam grupos nacionalistas de extrema direita⁴ e estes massificam a propaganda contra o que classificam de ‘traidores da

⁴ Entre eles estava o Partido dos Operários Alemães, que mais tarde se tornaria o Partido Nacional-Socialista, de Hitler

Alemanha⁵, ‘ameaça judaica’ e ‘bolchevista’, todos corporificados pelos integrantes do partido Spartakus. Nos panfletos, cartazes e imprensa dos majoritários é incitada a “eliminação” dos líderes do Spartakus. Instaura-se uma guerra civil que leva à morte Rosa Luxemburgo e Karl Liebknecht, representantes máximos da oposição socialista.

Eliminada a oposição spartakista, o caminho fica livre para que os majoritários realizem as eleições. O objetivo é a formação de uma nova Assembléia Constituinte, esta eleita, se incumbiria de redigir uma nova Constituição. O pleito traz uma inovação, o sufrágio universal. As mulheres tanto podem votar, quanto candidatar-se. É a estréia da democracia em uma Alemanha que por tantos séculos viveu sob a intransigência monárquica. As eleições transcorrem sem conflitos, provavelmente devido à presença de um pelotão do exército e metralhadora em cada local de votação. Ao fim da contagem, os majoritários, juntos com o Zentrum (partido cristão) e os democratas, amealham 75% dos votos. A Câmara está formada e 37 das suas 421 cadeiras são ocupadas por mulheres.

As eleições de 1919 apresentam características sem precedentes na história política alemã, tal deve-se a dois fatores principais. O primeiro e mais relevante foi o sufrágio universal, que alterou todo o contexto político, e, portanto, toda a metodologia de condução de campanha. O segundo foi uma inspiração no modelo de campanha norte-americano.

Embora imersa em uma grave crise econômica, as instituições democráticas alemãs parecem se desenvolver. Desde a queda do Kaiser, em 1918, e a proclamação da República de Weimar, em 1919, alguns direitos civis bem progressistas vêm sendo garantidos. A Constituição de Weimar, redigida em 1919, é mais um marco do progresso dos direitos civis. Ela estabelecia:

⁵ uma alusão à culpa pela derrota na Primeira Guerra Mundial

“o sufrágio universal, a representação proporcional, o sistema de gabinete e uma carta de direitos, garantindo não só as liberdades civis tradicionais mas também o direito do cidadão ao emprego, à educação e à proteção contra os riscos de uma sociedade industrial.” (Burns, 1959: 880)

O desenvolvimento e implementação de medidas progressistas, democráticas, em uma sociedade que até pouco perseverava na tradição e na guerra⁶ aparenta um indício de esperança para a nova república. Indício que com o passar do tempo, se mostra cada vez mais falso. A República de Weimar é esquizofrênica de nascença, ora se comporta como república, democrática, ora age com requintes autoritários da melhor tradição imperial. Ao passo que as revoluções internas promovidas pelos socialistas são punidas com fogo, sangue e morte, as tentativas de golpe da direita são agraciadas com a clemência dos tribunais, e penas perpétuas se convertem em meses de detenção. O próprio Hitler, então dirigente do Partido Nacional-Socialista Operário Alemão, uma entidade sem expressão, tenta um golpe de Estado em 1923. Hitler é preso e condenado a 5 anos, dos quais cumpre apenas nove meses. Essa história carrega uma certa ironia. O homem cruel e dito invencível que mais tarde resiste a anos de combate contra as maiores potências mundiais, nesta ocasião é detido por um mero guarda florestal.

O mal da República de Weimar reside em sua origem, já foi criada aceitando-se a existência de diferentes graus de força. Primeiramente promoveu a execução de quem se lhe opunha, para só depois agir em prol da democracia. Sua formação não se construiu em um processo de tolerância e aceitação das diferenças de visão política, e sim da satanização do

⁶ Erich Kästner, parodiando um verso de Goethe sobre a Itália, que diz: “Conheces o país onde florescem os limoeiros?”, escreveu o seu: “Conheces o país onde florescem os canhões?”, para a Alemanha

que pensava diferente. A criação de um inimigo é típica da propaganda política, mas ela atende a alguns critérios essenciais, éticos, diferentes dos usados pelos majoritários contra os spartakistas.

O método de formação do inimigo utilizado pelos majoritários, é antidemocrático, autoritário, deslegitima o adversário, desqualifica-o em sua essência e foge de responder-lhe os argumentos. Na construção da imagem do inimigo, sob moldes autoritaristas, conciliam-se três conceitos básicos. Eles são os da diferenciação, da desumanização e o do Mal. A execução de outro ser humano é um ato repudiável e tal não pode ser feito sem o amparo de algum mecanismo que alivie as tensões, legalizando-o sob determinadas circunstâncias. Com esse fim as sociedades criaram códigos militares e criminais, eles versam sobre a legalidade das guerras e do uso da violência pelo próprio Estado. Embora amplamente aceitas, a atuação das leis é restrita. Se por um lado legalizam o ato, por outro não atendem às demandas psíquicas que brotam no campo de batalha ou em qualquer outro momento que se tire uma vida. O melhor caminho para livrar-se do peso da morte é transformando a vítima em coisa, em diferente, assim o fazem os regimes autoritários. Em todo o esforço de comunicação o opositor é rebaixado à condição semi-humana, comparado a animais ou entidades satânicas. Sua vida não vale nada e eliminá-lo é um serviço que se presta à humanidade “mais humana”.

O processo de constituição do inimigo como fazem os governos totalitários traz uma grande inovação. Não há precedentes históricos de Estados que tenham voltado sua violência contra seus próprios cidadãos, considerando-os “o” inimigo. Por vezes aparelhos coercitivos do próprio Estado, como a polícia e o exército, suprimem um levante ou

rebelião para manter o poder constituído. Mas, o Estado tomar a iniciativa de agredir sua população civil, dócil, é um fato inédito até o surgimento do totalitarismo. (Lasch, 1986).

O desenvolvimento do pensamento autoritário vem em um crescente, acompanha o acirramento da crise alemã ao longo da década de 20. O povo enfrenta dificuldades e precisa de esperança, uma resposta fácil, um consolo para sua miséria. A Alemanha está presa a uma ciranda inflacionária aparentemente insolúvel. Ao receber seu salário a população menos afortunada corre para as lojas e compra o máximo que pode, antes que seu dinheiro perca completamente o valor. A insuficiência na produção de alimentos faz com que seus preços se elevem estratosféricamente, tornando-os inacessíveis a grande parte da população. Restos de alimentos antes reservados aos animais são agora um privilégio para a mesa de poucas famílias.

A inflação favoreceu o aparecimento de especuladores - mais tarde associados pela propaganda nazista a grupos de interesse judeu - e de turistas, que, atraídos pelo baixo custo do turismo em uma terra miserável, gastam despreocupadamente, criando ressentimento nos habitantes locais, menos opulentos. Estes dois fatores prestam grande favor aos grupos de direita, que os utilizam para alimentar ideais xenófobos.

Os anos 20 certamente não são os mais felizes da história alemã, mas ninguém prevê os reveses ainda por vir. Em 1929 os Estados Unidos entram em crise, uma como nunca ocorrera antes. O jogo especulatório entre consórcios de investimento e empresas 'holding' toma proporções extremas e um surto de investidores desesperados, tentando resgatar seus fundos, vem sacar-lhe as medidas. O rombo é grande, e os sonhos de riqueza revelam sua tangibilidade... totalmente onírica. As empresas emitem ações sem lastro há algum tempo,

logo, não há capital para ressarcir seus sócios. E é nesse momento, com um passe de mágica, que milhões transformam-se em centavos, e tudo é incerteza.

A repercussão da crise norte-americana sobre a Alemanha não é pequena. O desemprego alemão que em 1929 estava em 14,6% salta para 22% em 1930, 34% em 1931 e 45% em 1932. Com quase metade da população economicamente ativa desempregada, a mendicância, a prostituição e o suicídio tornam-se opções consideráveis, e efetivamente o foram. A Crise de 29 é assustadora e os valores democráticos parecem fraquejar frente a sua ameaça. A desesperança gerada pela Crise atinge mais drasticamente a juventude, 25% da população entre 18 e 25 anos está desempregada em fins de 1931. Estes jovens também são a infância de outro período de grandes privações, a Primeira Guerra Mundial. Seu desenvolvimento psíquico está maculado pelos dissabores da guerra e essa nova experiência de miséria parece resgatar-lhes a insegurança do passado.

É notória a baixa auto-estima do povo. Submetidos a uma realidade muito complexa, os alemães erguem, inconscientemente, barreiras psíquicas. Estas barreiras psíquicas são os mecanismos de defesa, que segundo Freud, podem se manifestar de diferentes formas. Operando na juventude alemã os mecanismos mais freqüentes são a repressão e a projeção.

A repressão impede que venham à tona memórias associadas a percepções ou acontecimentos desagradáveis. O *ego* reprime estes pensamentos pois seria muito doloroso lidar com eles. É através deste mecanismo de supressão do passado que se torna possível transformar, dentro do imaginário coletivo, uma Alemanha miserável em um país glorioso. A projeção serve no caso nazista à rescrita da História. Este mecanismo transfere o sentimento que lhe é próprio para outro indivíduo (McConnel, 1977). É a partir da projeção

que os alemães conseguem convencer-se de que os judeus os odeiam e não o contrário. Este sistema legitima o preconceito a partir do momento em que transfere para o outro a culpa pela animosidade. A projeção é um primeiro passo para a formação da imagem do ‘judeu traidor’ ou do ‘francês diabólico’, ambos empenhados em destruir a bela e harmoniosa Alemanha.

A constante em todas as estratégias de persuasão que visam a prática autoritária, é a existência do inimigo em comum, algo cujo combate pressuponha a união de partes distintas. Não há mobilização de massa sem que haja objetivo (alvo) único, é preciso convencer o povo da existência de ameaças. Os movimentos nacionalistas e radicais alemães convenientemente utilizaram uma série de grupos como inimigos, mas os três mais difamados certamente foram: Os judeus, contra quem cresciam as animosidades desde fins do século XIX, além disso, não tinham nenhum país que saísse em seu auxílio e eram percebidos como uma ‘raça’ opulenta (e possuir dinheiro tornava-os alvo fácil em uma Alemanha miserável); os comunistas, cuja ameaça apavora a classe dominante; e os franceses, que impuseram a humilhação de Versalhes e contra quem converge o ódio de todos os alemães.

A desorientação do povo e sua busca inconsciente por uma fuga da realidade preparam o terreno para a semente do nazismo. O pensamento autoritário atende perfeitamente a estes anseios, resolve a questão da responsabilidade pela própria desgraça projetando-a sobre uma série de supostos inimigos do povo alemão, e transmite pela violência uma eficiência que não se observa no governo. As instituições radicais que defendem posições autoritárias inspiram no povo a ordem que gostariam de ver no governo,

e assim, prosperam em meio à adversidade moral, entidades como o Partido Nazista (NSDAP), de Hitler.

Embora fundado em 1920, em um contexto propício para sua popularização, até 1923 o NSDAP não conta com muito mais do que 9.000 membros, e com pouca expressão se arrasta por toda a década de 20. Nas eleições de 1928 o NSDAP só obtém 2,6% dos votos. De 1928, último pleito antes da Grande Crise, até 1932, o NSDAP aumenta seu percentual de votos em mais de 1.400% (de 2,6% para 37,3%), tornando-se o partido mais forte dentro do Parlamento. A maior parte de seu eleitorado é composta por jovens cujos impulsos narcísicos não encontram vazão em um mundo que Adorno classificou de “endurecido”. A união ao NSDAP com seus desfiles, regras, e preceitos morais radicais, representava uma ordem e segurança que os jovens queriam para si. Segundo Adorno eles “encontraram uma satisfação substitutiva na identificação com o todo”. (Adorno, 2000) Ou, como articula Burns (1959): “Alquebrados pela severidade da paz, as nações vencidas perderam a fé no valor da liberdade e sucumbiram ao engodo dos governos fortes como um meio de escapar àquilo que consideravam uma escravidão.”

No entendimento de Freud o fenômeno nazista vai na contramão da civilização. O processo civilizatório envolve o ganho de poder cada vez maior através da cultura, na medida em que favorece relações mais profundas e firmes com as pulsões do inconsciente. A vida em sociedade exige a repressão de impulsos, é a perda de liberdade a que estamos sujeitos pela saída do estado de natureza. A estratégia do NSDAP, principalmente pelo uso da propaganda, busca o oposto. Os planos que Hitler elabora sob a perspectiva da psicologia das massas, podem ser interpretados, na vertente psicanalítica, da seguinte maneira: toda estratégia deve estimular o domínio do *id* sobre o *ego*. O intuito do Estado

autoritário nazista é a criação de uma massa acéfala e amorfa, disposta a seguir a figura messiânica de seu *führer*, sem questionamentos ou oposição. O esforço de comunicação do NSDAP é pela liberação dos impulsos agressivos, pela legitimação da destruição de um inimigo que apresentam como o Mal absoluto. O enfraquecimento egóico é uma das missões do Estado autoritário.

Lider (1987) faz uma colocação perspicaz sobre os efeitos do rebaixamento do inimigo à condição satânica. A compreensão de uma guerra reduzida a um conflito entre o Bem e o Mal suprime discussões morais. Por exemplo, a questão da postura agressiva ou defensiva em relação ao conflito. Normalmente o país que começa a guerra é censurado pela opinião pública, mas, em se tratando de uma guerra contra “o” Mal, não há atitude que possa ser reprovada.

Uma outra análise possível para a questão do Bem e do Mal, e portanto, do ‘absoluto’, refere-se à possibilidade de evolução. A condição de Bem absoluto elimina toda e qualquer possibilidade de melhora. Não há o que melhorar, os arianos já são perfeitos. No universo dessa raça escolhida por Deus para comandar o destino da humanidade, só há um jeito de aproximar a terra do céu: eliminar todo e qualquer sinal de imperfeição. Se por um lado os alemães já são perfeitos e não precisam se criticar, às outras raças, menos perfeitas, só resta a eliminação. Para os imperfeitos não há salvação, eles são o Mal absoluto.

Politicamente a concepção de ‘realidade absoluta’ também tem suas conseqüências. O Estado Nazista, materialização política da vontade divina, é o Bem, a construção política perfeita. O desenho estrutural do governo nazista é próximo daquele dos Estados Fundamentalistas, a sociedade opera através da interpretação de leis sagradas, o povo é conduzido por um líder messiânico. A dogmatização do discurso político é um tiro na

democracia, impede o questionamento, a oposição, sob o risco do infrator ser eliminado tal qual as bruxas pela Inquisição. Afinal, que fazer frente a Deus, se não curvar-se?

E eis que a Alemanha se curva. Nas eleições presidenciais de 1932 Hitler fica em segundo lugar, perdendo para Hindenburg. O velho Marechal entende que o Parlamento não está preparado para lidar com a crise que assola a Alemanha, e dissolve-o. Em seu lugar nomeia um chanceler, Hitler. A nomeação de Hitler foi sugerida por Franz von Paten, o líder de um grupo político direitista. Dois motivos levaram os fidalgos e empresários, representados por von Paten, a apoiarem os nazistas. O primeiro era o temor de um governo de aliança comunista e socialista, e o segundo era a suscetibilidade de manipulação que atribuíam a Hitler. O objetivo da direita não é eleger um líder político, e sim o “seu” líder político. Por razões obscuras, estes homens que representavam o poder conservador foram levados a crer que Hitler seria controlável, sua marionete no poder.

Hindenburg falece e Hitler, chanceler, é o homem forte do governo alemão. Hitler convoca eleições para presidente e, amparado pela propaganda maciça e um povo psiquicamente subjugado, elege-se com 99% dos votos. Já eleito rejeita o tratamento de ‘presidente’, que conforme ele afirma, estará para sempre associado à lembrança do grande Hindenburg. Para si Hitler adotaria o título de führer (líder), e sob esta alcunha conduziria a Alemanha à mais insidiosa aventura da História.

Capítulo 2: Mercado e Manipulação

Alavancado por uma eficiente estratégia de comunicação o NSDAP obteve o controle do Estado alemão. Hoje pode causar estranheza que uma organização defensora de opiniões tão destrutivas quanto o NSDAP tenha conquistado a opinião pública, mas é preciso que se avalie o objeto sob diferentes luzes. Uma é inevitável, a atual. Não podemos evitar a influência do pensamento e conhecimento que nos é familiar, mas há outra forma de se entender o contexto, pelo olhar da época. A perspectiva que se apresentava a quem presenciou o fenômeno nazista é diferente, e não pode ser ignorada. A distância entre estas duas perspectivas torna-se ainda mais significativa quando investigamos a mente de quem conduziu o processo, as fontes de conhecimento de que dispunha.

No início do século XX a propaganda começa a flertar com outras áreas de conhecimento, principalmente com a psicologia. Está em voga na Europa uma vertente psicológica que é especialmente atrativa para os nazistas. Esta é a psicologia das massas, ou, psicologia social. Entre seus teóricos encontram-se Serge Tchakhotine e Gustave LeBon, ambos influenciados pelos estudos da escola ‘behaviorista’. Focada no condicionamento dos impulsos e reflexos, essa escola de pensamento é desenvolvida sobre um eixo biologizante. Infiltrado no desenvolvimento da teoria da psicologia das massas, este legado biologizante atrairá os defensores da ideologia nazista, que também se vale de fatores fisiológicos e biológicos na defesa das diferenças das raças e sua discriminação.

O grande ponto fraco na argumentação psicológica está na passividade que atribui ao receptor da mensagem, superestimando a capacidade de convencimento da propaganda. Em seu *Political Propaganda*, publicado em 1940, Bartlet fala como os propagandistas de Estados ditatoriais estão convencidos do poder da propaganda, para eles a inserção do indivíduo na massa reduz sua inteligência a um nível infantil. Talvez as considerações de Bartlet pesassem menos, se não estivessem sintonizadas com o pensamento do próprio *führer*. Em *Mein Kampf*, Hitler diz: “A inteligência das massas é pequena, sua memória é pouca. A propaganda eficiente deve limitar-se a poucos assuntos de fácil assimilação.” (Hitler, 1939). Empiricamente, Hitler e os dirigentes do NSDAP descrevem princípios que, décadas mais tarde, ainda geram discussões sobre o conteúdo dos meios de comunicação de massa.⁷

Embora ocupem papel central na história da dominação nazista, a propaganda e os meios de comunicação de massa não explicam seu sucesso por inteiro. A propaganda, assim como os veículos de comunicação, são apenas meios, e tão ou mais importantes do que eles é o conteúdo a ser difundido. Por trás de toda a tática de comunicação da propaganda, há uma estrutura que a determina, um sistema sobre o qual ela opera, sua estratégia. Este sistema é puramente ideacional, reside no pensamento coletivo, e, apesar de sua intangibilidade, é o mecanismo-chave responsável pelo sucesso dos argumentos. Como um discurso pode ter força para convencer toda uma nação? O que é esse conjunto de idéias e pensamentos com tamanho potencial de identificação?

⁷ Um exemplo bem recente que se relaciona com o postulado por Hitler refere-se à discussão sobre a qualidade da programação da TV aberta. Argumenta-se que elementos de fim cultural e educativo são suprimidos para que, mais simples (logo, mais incompleta e menos relevante) a informação seja do interesse de um público mais amplo, de menor capacidade de compreensão.

A ideologia é o sistema de valores e crenças que une os indivíduos, diferenciando-os de outros grupos e produzindo sinergia. A ideologia é unificante e por entre seus laços flui uma energia que potencializa a capacidade de seus adeptos. Embora esta explicação possa parecer um tanto mística, seu fenômeno pode ser observado em situações bem reais. O princípio da sinergia encontra boa exemplificação na teoria de organização da guerra. Um modelo clássico é a falange grega, um pelotão que atua em sincronia, como partes de um organismo. Em 490 a.C. 15.000 persas desembarcam na Baía de Maratona, contra eles se impõe um exército de 11.000 soldados gregos. A organização da falange grega supera a vantagem numérica persa e, ao fim do combate, 6.000 persas estão mortos, do lado grego, apenas 200 baixas (Ries, 1986). Esta eficiência é devida ao fenômeno sinérgico, que altera a lógica da ação individual e permite que dois mais dois seja igual a cinco, ou mais.

O ganho de potência decorrente da união de indivíduos é conhecido há milênios, assim como a eficiência da ideologia na promoção dessa união. Não é a toa que os Estados e instituições fortes dela fizeram uso. Entre estas instituições podemos classificar o Partido e Estado Nazistas. Mintzberg (1996) identifica estágios do desenvolvimento da ideologia dentro das organizações, que, embora pensados em um sentido mais estrito, para empresas de capital, adaptam-se perfeitamente ao caso nazista.

O NSDAP surge como um pequeno grupo de indivíduos unidos por um objetivo, resgatar a gloriosa Alemanha – aquela dos mitos românticos, das narrativas heróicas, das composições de Wagner; salvá-la das forças que a ameaçam (comunistas, franceses, ingleses, judeus...). Este primeiro estágio que Mintzberg sugere é muito importante, o grupo deve estar unido por uma “missão”. Esta é a raiz da ideologia. Para estabelecer-se enquanto ideologia o nazismo só precisa atender a mais dois requisitos, o que faz prontamente. O

primeiro é a existência de um líder, um homem forte, que incorpore profundamente os valores defendidos e em torno de quem o grupo possa se reunir e ter como referência.

Hitler desponta quando o Partido Nazista não tem mais do que 30 membros. Exaltando a glória do povo alemão e a perfídia dos traidores judeus e do inimigo francês, Hitler profere discursos em cervejarias. Seu intuito é arrebanhar mais correligionários. Segundo Tchakhotine, Hitler gerava identificação porque: “corporificava certos complexos profundos desse povo (alemão). Levava consigo os caracteres típicos da classe média alemã...” (1959).

O segundo pré-requisito é o estabelecimento de tradições. A tradição é construída pela formulação e divulgação de discursos míticos. Um bom exemplo é o do oficial Leo Schlageter. Ex-integrante dos corpos voluntários, é pego durante uma operação de sabotagem e condenado à morte por fuzilamento. O exemplo de Schlageter é usado como argumento para histórias de moral anti-francesa. No local de sua execução ergue-se uma cruz e este transforma-se em destino de peregrinações. (Richard, 1988) Schlageter é promovido a herói, e, junto com muitos outros mitos, compõe a tradição nazista.⁸

A divulgação de seus valores, tradições, ou, resumindo em um termo mais abrangente, seu sistema de crenças, faz com que a entrada de novos membros no Partido já seja em função da identificação com seus parâmetros ideológicos. A união em torno de uma ideologia estabelece ligações mais poderosas entre seus membros do que uma em função de interesses materiais. O interesse material, objetivo, sempre é passível de satisfação por outra fonte ou aliança, diferente é no domínio subjetivo, que se alicerça sobre pilares

⁸ Um outro bom exemplo é dado por Hitler, em *Mein Kampf*. O primeiro livro é dedicado a 16 oficiais que morreram na tentativa de golpe de 1923 e que não receberam um enterro regular. Nas palavras de Hitler:

psíquicos. Negar a ideologia à qual se encontra atrelado implica em abrir mão de valores e crenças que o sujeito utilizou para definir sua visão de mundo, sua lógica interna e coerência, o sentido construído para sua própria existência.

A elaboração de uma estratégia de comunicação eficiente passa pela compreensão das motivações e capacidade de apreensão dos indivíduos (Aaker, 1975). Para além de sua organização na guerra, este é o grande mérito estratégico do nazismo, a percepção das condições do ambiente e a utilização de uma tática coerente. O que a ideologia nazista oferece aos alemães é uma solução objetiva para problemas subjetivos, e nenhuma outra proposta lhes parece tão atraente naquele momento. A ideologia nazista tem suas especificidades, e as conseqüências dessas características é que a tornam ideal para o fim que se propunha.

A ideologia nazista distingue-se da adotada por outros governos totalitários, suas crenças envolvem o racismo. A defesa do racismo nazista é frágil pois ancora-se em falsos pressupostos, como o da unidade genética do povo alemão. Confundindo povo e raça a ideologia nazista cria uma ligação mítica entre o sangue ariano e o solo alemão, e entre os dois e o Estado. (Châtelet, 1993). A partir destas idéias de lógica biológica contestável, Hitler configura todo um sistema de valoração. No mais alto degrau evolutivo da condição humana encontra-se o povo alemão (ou raça ariana, que para os nazistas é a mesma coisa). Generosos, trabalhadores e leais, os arianos contrapõem-se aos impuros negros e judeus, bacilos semi-humanos cuja inferioridade justifica a subjugação. A evolução desta linha de raciocínio ‘neodarwinista’ conduziria Hitler à implementação de sua ‘solução final’ (*Endlösung*).

“Então eu dedico-lhes o primeiro volume desta obra como um sepultamento, para que a memória desses

Entre todos os grupos discriminados, Hitler dispensa especial energia contra os judeus. Pela sua lógica binária os judeus são considerados o oposto dos arianos. Fundindo esquizofrenicamente mitos da tradição judaica e preconceitos que datam de tempos medievais, Hitler contribui com a maturação de um novo tipo de anti-semitismo, em vez de religioso, racial. Até fins do século XIX o anti-semitismo é difundido sob uma perspectiva religiosa, restrito ao embate entre judaísmo e cristianismo. Por volta de 1890, com a maciça publicação dos *Protocolos dos Sábios do Sião* em toda a Europa, propagam-se histórias sobre uma suposta conspiração judaica internacional que planeja dominar o mundo. Os Protocolos são mais um fator de estímulo ao anti-semitismo, mesmo depois de serem considerados falsos, criação da polícia política do Czar para desmoralizar as forças liberais.

A intolerância contida no racismo nazista disfarça um aspecto mais grave de sua ideologia. Na *Weltanschauung* (visão de mundo) nazista impera a lógica do absoluto. Todas as questões são racionalizadas dentro de um sistema binário que não concebe gradações. Tudo que há é o Bem e o Mal. Em *Mein Kampf*, Hitler assume para si, em várias passagens, a posição do Bem. Hitler atribui a sua ideologia um caráter divino, o que ela defende é a própria vontade de Deus. Um trecho exemplar que comprova o afirmado, é este sobre a miscigenação: “as misturas contra a natureza [consistem em] pecar contra a vontade do Eterno, nosso criador”. (1934)⁹

O atrelamento da ideologia nazista aos mandamentos do ‘Eterno’ é a base para a escrita de sua “missão”. Hitler afirma que a raça ariana tem o dever sagrado de zelar pela pureza de sua linhagem. A miscigenação, segundo Hitler, cria “monstros que estão no meio

mártires seja uma permanente fonte de luz para os seguidores de nosso movimento.”

do caminho entre o homem e o macaco.” (1934). O homem ariano é criado à imagem e semelhança de Deus e a ‘poluição’ de seu sangue vai contra os desígnios divinos. Este pensamento é reconfortante, alivia o pesar alemão. A miséria do presente era atenuada pela exaltação do passado de superioridade e glória, uma glória que não estava perdida, encontrava-se latente, gravada em seus genes.

Diferente do que faria crer a ideologia nazista, o sucesso de sua propaganda e comunicação tem pouco haver com uma suposta “superioridade intelectual ariana”. O início do século XX marca definitivamente a evolução dos meios de produção impressa, da propaganda, da psicologia e psicanálise, da aviação, a popularização do rádio e muitos outros elementos que ampliariam a capacidade de influência do pensamento. Goebbels está tão maravilhado com estes novos horizontes que, em 1935, afirma ter, com a ajuda do rádio, destruído “o espírito da rebelião” (Childs, 1936).

A concepção de propaganda do Partido Nazista não é original, na verdade seu mérito é mais documental e executivo, eles realmente colocam em prática as idéias desenvolvidas por teóricos como LeBon. Mais, eles geram material escrito em que fundamentam suas escolhas, seu trabalho está documentado. O “excepcional” é o contexto que propicia a experiência, a disciplina que conduz o processo, e não a criatividade de seus cientistas. Até porque os regimes autoritários não oferecem muita liga para a moldagem de idéias originais.

Graças à ação das forças aliadas, o regime despótico de Hitler chega ao fim. Em 1945 as defesas alemãs desmoronam, mas Hitler não espera pela humilhação de um julgamento em terras estrangeiras, comete suicídio, acompanha-o seu Ministro da

⁹ citado em Chatellêt; Duhamel; Pisier, 1993, p. 482.

Propaganda, Joseph Goebbels. Encerrava-se naquele o momento a trajetória do Estado nazista, embora o mesmo não se possa dizer sobre suas idéias.

O sistema organizacional nazista encontra eco na estrutura empresarial atual. Hoje em dia as empresas definem seus objetivos sob a forma de missão. A missão, em geral, não fala em números, mas em ideais. Tomemos como exemplo o caso da Unilever, uma grande empresa que refez sua missão recentemente, em 2004. O texto: “A missão da Unilever é levar vitalidade para o dia-a-dia. Nós atendemos as necessidades diárias de nutrição, higiene e cuidados pessoais com marcas que ajudam as pessoas a se sentirem bem, ficarem bonitas e aproveitarem mais a vida”. Há algumas décadas atrás esse posicionamento não era imaginado, a orientação baseava-se em atributos numéricos, quantificáveis, lucro. O estabelecimento de parâmetros subjetivos é visivelmente uma tentativa de apropriação, para a empresa de capital privado, de benefícios há muito auferidos pelas instituições envolvidas por ideologias. As empresas esperam criar uma alma institucional que a beneficie em duas frentes: internamente, no ganho sinérgico e incentivo a seus empregados, e externamente, na conquista e fidelização de novos clientes. Estes objetivos correspondem àqueles já praticados pela propaganda política, a saber: ganho sinérgico e manutenção de seus partidários, e arrebanhamento e dogmatização de novos militantes. O fenômeno que se observa é o da ideologização da empresa de capital privado.

A nova postura adotada pelas empresas capitalistas não é sem razão, ela acompanha as transformações do contexto social e econômico. Os anos 50 viram ascender a sociedade da informação e do consumo, as relações entre as pessoas são cada vez mais mediadas pela tecnologias e meios de comunicação de massa. Em um mundo que possibilita a propagação de informações a uma taxa tão alta, a propaganda ganhou força, e tornou-se uma ferramenta

mais importante no meio social. Mais, o início do século XX, a segunda e terceira revoluções industriais, criaram empresas tão ou mais fortes do que Estados nacionais. Coca-Cola, McDonalds, Procter & Gamble e Microsoft têm receitas superiores ao PIB de muitos países do terceiro mundo. Essa metamorfose do contexto social e econômico não ficaria sem correspondente no campo da propaganda. As empresas transformariam a imagem de si mesmas, sua atividade e seus produtos.

As empresas mudaram, isso é fato, mas é importante que não se confundam as relações de causa e consequência. O produto não mudou em função da empresa, a empresa é que se transformou após o produto, ambos induzidos pelo mercado. O mundo mais veloz, proporcionado pela moderna rede de comunicações e transporte, possibilitou o acesso das empresas a novos mercados pouco explorados. A batalha entre concorrentes passou a ser travada em âmbito mundial, e as disputas tornaram-se mais acirradas. O atrito provocado pela concorrência, em uma disputa travada em âmbito mais complexo, levou as empresas a buscarem novas soluções para seus problemas de mercado, e muitas das soluções pensadas envolviam a transformação do próprio produto.

As mega-empresas adotam uma estratégia coerente com suas proporções, a de um Estado. Agora o processo de formação identitária de empresa e produto envolve ideologias, as regras são alteradas porque a visão sobre o produto também muda, morre o conceito de mercadoria. O marketing voltado para produtos adota a metodologia da propaganda política e passa a promover crenças, visões de mundo. Não existe mais mercadoria pura e simples. Todo bem, seja ele tangível ou intangível, é passível de diferenciação. (Levitt, 1985) Com essa afirmação Levitt defende que toda mercadoria pode ser atrelada a um significado, o resultado deste processo de subjetivação é o “produto”.

O produto é um símbolo e está inserido em um contexto, isso significa dizer que ele possui uma significação que transcende sua descrição física. A inserção do objeto na cultura, e portanto, na linguagem, transformam-no em ícone. O ícone é a representação de um conceito, e tudo o que se encontra nos domínios da percepção humana está submetido a essa regra. Para tornar mais claro, peguemos um exemplo simples, um relógio. Relógios não servem para ver as horas, bem, na verdade servem, mas não é isso que motiva a escolha por um outro modelo. O relógio, para a mente humana, é um ícone, um símbolo. A percepção de seu significado sofre suaves variações de pessoa para pessoa, mas, grosso modo, representa pertencimento social, status, opulência e afirmação de responsabilidade. A necessidade que um relógio satisfaz não está limitada a seu benefício utilitário, contar o tempo, ela transborda esse domínio, atende a demandas psíquicas, necessidades subjetivas. No momento da compra de um relógio, ou de qualquer outro produto, os fatores inconscientes exercem grande influência. Se o pensamento utilitarista regesse a equação mercadológica, o preço seria o principal fator de decisão de compra, o que não ocorre.

Quando a distinção entre produto e mercadoria tornou-se mais clara, as empresas perceberam o quão limitante era o posicionamento em função do produto físico. “As sensações são mais importantes do que as coisas que as provocam”, disse Levitt (1975). E ele estava certo! É perda de tempo tentar vender aparelhos de ar-condicionado quando na verdade o que as pessoas querem é a sensação que ele proporciona, “então que se anuncie a experiência de usá-lo!”, diriam os pioneiros do marketing moderno. O momento da compra é fortemente influenciado por fatores inconscientes, e o *id* só conhece o desejo. Ora, se a instância mais receptiva na mente do consumidor é aquela que só conhece benefícios de ordem subjetiva, não faz sentido oferecer-lhe um objeto.

A proposta subjetiva é a porta para a mente do consumidor, e o marketing de produtos precisou que a propaganda política lhe ensinasse esta lição. Segundo Randazzo (1996), atualmente a publicidade cria um “inventário perceptual de imagens, sensações e associações” objetivando a criação de um “vínculo emocional entre a marca e o consumidor”. A emoção de que Randazzo fala é uma velha conhecida de Hitler, era parte das estratégias de propaganda já na Alemanha de 30. Os grandes desfiles, as largas flâmulas, os discursos exaltados, a entonação de voz, o ritmo da música, tudo pensado com o fim de promover um estado de frenesi em que as pessoas se comportassem como massa. Para a psicologia social a massa é um corpo só, e nela não há ‘indivíduo’, sem individualidade não há oposição, e sem oposição o despotismo reina. Eis a fórmula nazista.

A aventura nazista é um ponto, apenas um exemplo da utilização da propaganda para a promoção de uma ideologia, mas também é um marco, pela primeira vez este fenômeno foi psicologicamente planejado. A utilização da ideologia para a criação de um determinado estado psíquico teve sua continuidade. As evidências apontam para o fato de que o marketing de produtos segue a mesma orientação conceitual de que se valia o Estado nazista, a diferença é que, atualmente, os fenômenos são interpretados pelo viés psicanalítico. O aumento da compreensão dos fenômenos psíquicos nos tem ajudado a identificar as relações que podem ser estabelecidas entre o nazismo e o modo como os indivíduos se ligaram a ele.

Sabemos que é possível relacionarmos níveis primitivos de organizações psíquicas com o apoio conferido pelas massas a ideologias nazistas. Nesta forma de vínculo o Estado promete e garante aquilo que as massas não conseguem dar a elas mesmas.

O processo de marketing ficou mais sofisticado, já não se trata, apenas, de atender a uma demanda específica. Agora os produtos estão profundamente posicionados em função de necessidades psíquicas, e as empresas tentam manobras de comunicação a fim de promover uma determinada visão de mundo, uma que torne o consumo de seu produto uma atitude psiquicamente coerente. Embora não se possa convencer uma pessoa a querer algo que ela não quer, pode-se convencê-la de que o que ela quer será encontrado naquilo que se oferece. Necessidades psíquicas são amorfas, podem ser conectadas a qualquer sentido que se deseje, e é nesta direção que parece caminhar o marketing moderno.

As estratégias de Hitler não trouxeram resultados positivos, e a teoria que embasava sua propaganda era de ética questionável. Não seria coerente, então, questionar a ética das empresas que se beneficiam das mesmas estratégias? E mesmo aceitando-se que o consumidor compactue com o sistema em que está inserido, sendo ele e empresa apenas coerentes com a realidade estabelecida; não procederia, então, perguntar até que ponto as escolhas do consumidor são conscientes? E mesmo que sejam conscientes, pode-se dizer o mesmo das escolhas das crianças?

A nova propaganda tem sua estratégia pensada, primordialmente, em função de aspectos psíquicos. Como deve se posicionar a sociedade diante disto? Os últimos anos mostram que a propaganda tem cada vez mais ampliado o espectro etário de seu público. A cada ano a sociedade diminui a idade dos potenciais consumidores. Em meados dos anos 90 os pré-adolescentes foram englobados, sua designação: *tweens*. Afinal, o que determina o limite da ação da propaganda?

A propaganda busca o maior poder de persuasão possível, dentro dos limites legais e sociais estabelecidos. Atualmente a prática da Publicidade e da Propaganda é regulada por

uma série de mecanismos: a Lei do Direito Autoral, a Regulamentação da profissão de publicitário, o CONAR etc. Este conjunto de instituições surge a medida que o impacto da propaganda sobre o meio social torna-se mais relevante. Na década de 30 a sociedade da informação ainda não estava consolidada, e os sistemas de comunicação de massa que despontavam não encontraram restrição a sua influência, principalmente nos Estados autoritários

Apesar de estar clara, já naquela época, que a propaganda exerce influência sobre nossas opiniões, tomadas de decisão e visão de mundo, está em vigência um sistema de valores conspurcado, que, em vez de estabelecer limites para a ação da propaganda, parece mais interessado em utilizar seu potencial de manipulação em favor próprio. E talvez lá, na (talvez nem tão) distante Alemanha de 30, resida a resposta para os limites da ação da propaganda. A resposta se expressa em uma equação, nesta, pelo menos uma variável é bem clara, os valores socialmente aceitos.

É preciso que as organizações governamentais e civis, assim como os órgãos reguladores da atividade de propaganda, fiquem atentos para o fato de que ela mudou, assim como o mundo em que ela opera, e que deve ser encarada dentro de novas perspectivas. A propaganda é coerente com a sociedade de consumo em que está inserida, e é dever de todos buscar proteção contra os riscos que este modelo oferece, entendendo sua evolução e minimizando os riscos à liberdade individual.

Capítulo 3: A Infância Nazista

“Desejar a guerra em altas vozes, transforma-se muitas vezes, num orgulho vão ou num tinir de sabres. Mas, é preciso que em silêncio, no fundo dos corações alemães, viva o gosto da guerra e uma aspiração para ela.”

Do jornal Jungdeustchlandbund

Em seu *Decoding the Past: The Psychohistorical Approach*, Lowenberg (1984) analisa a ascensão do Partido nazista sob uma perspectiva pouco usual, a da psichistória. Levando em conta os postulados psicanalíticos, Lowenberg chega à conclusão de que existe uma relação geracional entre a Primeira Guerra Mundial e a ascensão do NSDAP. Segundo seus estudos, a guerra proporciona à infância da época uma experiência transformadora, negativa, que cria as condições para a difusão de uma ideologia nazista anos mais tarde.

A Primeira Grande Guerra traz alterações e limitações para o cotidiano das crianças e estas comprometem seu desenvolvimento psíquico.

“A prolongada ausência dos pais, o retorno do pai derrotado, a extrema fome e privação, e a derrota do país na guerra, o que significou a perda da autoridade política vigente sem sua substituição por uma alternativa viável, uma com que se identificassem.” (Lowenberg, 1984, p. 241)

A aliança de todos estes fatores determinariam a formação psíquica e moral de uma geração. Para melhor compreender sua relevância se faz necessária uma análise em separado.

Até a segunda metade do século XIX a Alemanha teve sua economia centrada na agricultura, com o deslocamento do eixo produtivo para a indústria a população migra para os grandes centros urbanos, onde cresce rapidamente (de 40 para 67 milhões em 1913). A evasão do campo e crescimento demográfico acarretam na insuficiência da produção de alimentos, de forma que, mesmo antes do início da 1ª Guerra Mundial, grande parte do alimento alemão era importado. O início do conflito e o fim das relações diplomáticas e comerciais entre os países resultam em severo racionamento de comida. A miséria atinge seu auge com o inverno de 1916/17 que ficara conhecido como o “inverno do nabo”, para a maioria da população o único alimento disponível.

O primeiro relacionamento que a criança tem é com sua mãe. Essa é uma relação narcísica e a criança percebe a mãe como objeto de promoção do prazer e eliminação dos desconfortos. (Lowenberg, 1984) Entre os prazeres que a mãe oferece, a alimentação ocupa posição de destaque. O alimentar associa-se à primeira percepção que o bebê tem do mundo externo, que refere-se ao seio que lhe amamenta. A incapacidade da mãe alemã em fornecer alimentação a seu filho, uma criatura dependente, repercute em uma perda de segurança, mácula que ficará gravada em seu inconsciente.

O segundo fator é a ausência dos pais. O início da guerra leva o pai ao *front* e a mãe para o lugar que este ocupava na indústria, deixando a criança desguarnecida. No processo de formação identitário os pais interpretam papel essencial. Os pais são responsáveis por

transmitirem valores e regras às crianças, eles influenciam decisivamente na formação do *superego*, estrutura psíquica que atuará como “consciência moral e social” do indivíduo.

O retorno do pai derrotado só vem a intensificar o sofrimento das crianças. O pai, ser que deveria proporcionar-lhes proteção, encontra-se impotente. Não há empregos, não há alimentos e a figura paterna não pode atender às expectativas associadas a sua função.

Derrotado como o pai está o país. O Kaiser Guilherme II cai, o da Áustria é deposto, inicia-se uma guerra pelo poder dentro da recém-proclamada república. A desordem transforma-se em caos, e o caos em guerra civil, nem mesmo o sistema político, referência de ordem para vida social, consegue impor-se. Não há liderança, não há segurança, nem para adultos nem para crianças. Embora a criança não tenha maturidade para perceber o que ocorre com o sistema político, ela

“se encontra de tal modo ligada à atitude psíquica dos pais, que não é de causar espanto se a maioria das perturbações nervosas verificadas na infância não devam sua origem a algo de perturbado na atmosfera psíquica dos pais.” (Jung, 1981, p. 43).

Os acontecimentos que permeiam a infância daqueles que em 1930 são jovens adultos criam fissuras no *ego* e *superego*. O início de um novo período de privações desencadeia processos psíquicos que resgatam o passado traumático, e sua influência se faz sentir na vida política. Deparando-se com uma realidade ‘indigesta’ os alemães protegem-se regredindo para uma fase de desenvolvimento sexual anterior, quando eram dependentes e contavam com seus pais para a resolução de seus problemas. A busca pela figura paterna conduz à Hitler, que pelo uso da força e defesa da ‘predestinação divina’ constrói sua

imagem onipotente. Hitler incorpora as características e sensações que as crianças normalmente associam a seus pais, e os alemães se deixam envolver por uma “fantasia de afeto, intimidade, segurança, poder e amor” (Lowenberg, 1984).

Nas eleições de 1928, 3,5 milhões de jovens não votaram. Não havia entre os candidatos um que os representasse, mas esta situação mudaria rapidamente. Várias representações nacional-socialistas são montadas no meio acadêmico, e na década de 30 o Partido Nazista já tem o voto dos estudantes. Além dos que não votaram em 1928 há 6,5 milhões que votam pela primeira vez em 1932, e o NSDAP, apesar de não eleger Hitler presidente, é o partido que mais ocupa cadeiras no Parlamento.

A ascensão não tarda a se completar. Hindenburg é persuadido a dissolver o Parlamento e a nomear Hitler chanceler. Hindenburg falece e Hitler convoca eleições presidenciais. Já eleito (com 99% dos votos), rejeita o título de presidente, que conforme ele afirma, estará para sempre associado à lembrança do grande Hindenburg. Para si Hitler adotaria o título de *führer* (líder), e sob esta alcunha conduziria a Alemanha à mais insidiosa aventura da história humana.

Nos anos que se seguiram, Hitler conduziu o Estado de forma autoritária. A ideologia nazista embrenhou-se em todos os aparelhos do Estado, passando a constar, inclusive, nas escolas primárias. O NSDAP tinha claro para si que o poder constituído não se manteria sozinho, era necessário que as instituições que compõem o meio social estivessem em consonância com seus ideais. Entre estas instituições encontramos o Exército, a Escola, a Igreja, o sistema administrativo, a Polícia etc.

Althusser (1999) faz uma distinção entre dois tipos de instituição. As primeiras são os Aparelhos Repressores do Estado (ARE). Entre os ARE podemos citar a polícia, o

exército, o judiciário e toda e qualquer organização responsável por manter a ordem através do poder coercitivo. O segundo tipo é composto pelos Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE). Os AIE, diferente dos ARE, não têm a violência física como principal método operacional. Os AIE compreendem instituições como a Escola, a Igreja e a Imprensa. Estas instituições mantêm o poder instituído através da difusão de sua ideologia. Os AIE moldam a mente da população de forma a tornar consenso o conjunto de idéias que favorece os que ocupam o poder. Sem o controle dos AIE o grupo que ocupa o poder tem seus dias contados, as futuras forças de oposição estarão se criando dentro de seus domínios.

Ciente da necessidade de se formarem novas fileiras, o NSDAP instituiu rígido controle sobre as instituições de ensino. Material educativo era produzido em dois sentidos, o primeiro, instruir os próprios professores, introduzindo-lhes os princípios teóricos nazistas e orientando-os quanto à forma que este seria transmitido às crianças¹⁰, e, por outro lado, para as crianças, como material a ser usado em sala de aula. Entre os temas mais freqüentes das cartilhas nazistas encontra-se o anti-semitismo.

Com o intuito de difundir uma visão de mundo, estes livros infantis constituem verdadeiras peças de propaganda, e assim devem ser interpretadas. Entre os mais famosos estão o “Cogumelo Venenoso” e o “Não acredite na raposa em seu arbusto, nem em um judeu em sua palavra”. Ambos de moral anti-semita. Este segundo foi integralmente traduzido para o inglês pela *University of South Florida* e será usado, aqui, como objeto de estudo, referência para uma análise da forma como o NSDAP formatava sua propaganda.

O livro em questão foi criado por uma jovem alemã de 18 anos de idade, Elwira Bauer. Bauer era uma estudante de artes, e seu livro, largamente ilustrado, é composto por

¹⁰ para mais informações sobre os princípios teóricos e argumentos utilizados pelos nazistas, ver Anexo 1.

vários pequenos contos de moral anti-semita. A publicação teve cerca de 100.000 cópias e foi utilizada em salas de aula. O título original, *Trau keinem Fuchs auf grüner Heid und keinem Jüd auf seinem Eid*, foi traduzido para o inglês como *Trust no Fox on his Green Heath and no Jew on his Oath*, que, em uma tradução livre para o português, poderia ser: Não acredite na raposa em seu arbusto, nem em um judeu em sua palavra. Devido à conveniência, visto que o título é extenso, aqui o livro será tratado apenas por *Trust no Fox* (German, 2004).

Apesar de este ser um trabalho em língua portuguesa, os contos foram mantidos em sua versão inglesa. A construção do conto se dá em versos, e a tradução poderia afastar-se por demais do sentido original. A versão integral do texto está no ANEXO2 e somente os versos comentados serão traduzidos.

O objetivo de *Trust no Fox* é semear o preconceito nas mentes em formação. O NSDAP e Hitler enfatizaram o papel destrutivo que os judeus tomavam contra a Alemanha. De acordo com a propaganda nazista o judeu é a antítese do ariano, e esta posição está muito bem marcada nos contos.

O Primeiro, intitulado ‘O Senhor dos Judeus é o Diabo’ (*The Father of the Jews is the Devil*) tenta justificar historicamente o mal encarnado nos judeus. De acordo com a história, Deus distribuiu terras a todas as raças, mas somente os judeus nela não quiseram trabalhar. Preguiçosos e mentirosos os judeus ganham a simpatia do diabo, que se torna seu Senhor. Este conto ressalta dois pontos muito importantes da argumentação anti-semita, o primeiro é a identificação de um judeu invasor de terras alemãs, o segundo é a origem maligna do judeu.

A distribuição de terras por “raças” confere legitimidade ao discurso que associa sangue e terra. Por esta ótica o território habitado pelos alemães lhes pertence, um direito divino, e, se os judeus também receberam sua parcela, hoje eles só podem ser classificados como invasores. O critério racial é atribuído aos desígnios de Deus. Ora, se Deus dividiu o mundo por raças, é provável que seja de sua vontade que esta lógica se estenda a toda a existência, como um princípio da vida, essa é a aposta do nazismo.

O segundo conto prega a superioridade física da raça ariana sobre os judeus. Em oposição ao alemão forte, que em uma grande plantação empunha uma pá, explicitando o esforço inerente ao seu trabalho, está um homem judeu, gordo, careca e curvado. A utilização dos fatores físicos é uma tática mais direta de diferenciação do judeu, seu intento é conferir tangibilidade à discriminação, a imagem torna a diferença mais plausível para a criança, a representação confunde-se com a realidade. Implícito em um dos versos sobre o alemão (“*For danger does not care a rap*”, “Com o perigo não se preocupa nem um pouco”) está a incitação à coragem para arriscar-se, ou, em outros termos, em sacrificar-se pelo *führer*. Também no segundo conto é reafirmado o caráter invasivo do judeu (“*Biggest ruffian in our country*”, “O maior ladrão de nosso país”).

O terceiro conto baseia-se em uma história anti-semita de tempos medievais, seu nome: O Judeu Errante (*The Eternal Jew*). A lenda fala de Ahasverus, judeu que negou descanso a Cristo quando este carregava a cruz. Ahasverus por sua atitude teria sido almodioado, e com ele, todo o seu povo. Assim como Ahasverus expulsa Cristo da porta de sua casa, assim também os judeus seriam tratados para todo o sempre, malquistos e expulsos de toda terra em que entrassem. ‘O Judeu Errante’ justifica o sofrimento imposto, transforma-o em vontade divina e torna determinação bíblica os destratos de um grupo.

A predestinação do sofrimento está em consonância com um dos pilares da ideologia nazista, este é o conceito de Absoluto. O Absoluto materializa-se nas posições inflexíveis de um pensamento onde tudo é pré-determinado. Não há judeus bons, não há alemães maus, os judeus são feios e corruptos, os alemães são bonitos e virtuosos. Essa concepção de mundo simplista segue uma lógica estrutural infantil, uma em que o meio termo apresenta-se complexo demais, para além da compreensão. O absoluto e a vontade do ‘Eterno’ implicam também em uma determinação eterna, na qual nunca haverá possibilidade de melhora para aquele que já é mau. A aceitação da imutabilidade circunscreve toda lógica em um círculo vicioso, em que, se os imperfeitos não podem melhorar, só nos resta excluí-los.

Entre os contos do livro, uma boa parte faz referência à desonestidade dos judeus. Nestes o judeu aparece no exercício de suas funções profissionais, quando sua atuação sempre fere a ética, seus atos, sempre agredem os alemães. Aproveitando-se do contexto de privação de recursos em que se encontrava a Alemanha, com insuficiente produção de alimentos, as histórias apresentam judeus em posição economicamente superior, humilhando os alemães que exploram, e (ou) vendendo-lhes alimentos estragados. Este roteiro de humilhações em situações banais parece incitar os alemães ao atrito com os judeus mesmo nas questões mais cotidianas. Os argumentos têm sua justa evolução amparada por um mecanismo de defesa, a projeção.

O processo consiste em atribuir ao outro o sentimento que lhe é próprio. Os alemães odeiam os judeus, mas não podem aceitar esta realidade, implicaria em reconhecer seus problemas, reconhecer a inveja equivale a reconhecer sua situação de inferioridade. Então,

são inconscientemente convencidos de que os judeus é que os odeiam e que é devido à desonestidade judaica que passam por dificuldades.

Um tópico a parte no concernente aos contos é o que homenageia Julius Streicher. Streicher é o editor da publicação, proprietário da *Der Stürmer*, editora que, além de jornais e revistas, publicou também livros infantis, como *Trust no Fox*. A existência de um conto que homenageia o próprio editor pelos serviços prestados em defesa da raça alemã é um tanto suspeita. Tudo indica que este trecho do livro fugiu de seu propósito, durante um parágrafo a exaltação nazista vira exaltação narcísica.

As histórias se articulam por adição. Característica sobre característica vai se compondo no imaginário infantil a imagem do judeu. O judeu é feio, ele é desonesto, em verdade ele é o próprio Mal, o oposto do ariano. Todas as ofensas aglutinam-se, contribuindo para a formação da auteridade. Não se trata de enxergar o judeu como um homem mau, e sim de afastá-lo da categoria humana. O objetivo final da estratégia nazista, na qual *Trust no Fox* tem um papel importantíssimo, é desumanizar o judeu, torná-lo tão distante de qualquer concepção de humano, que ele possa ser exterminado sem remorso.

Os contos são parte do treinamento de toda uma geração. Seu plano? Viabilizar a Solução Final de Hitler (*Endl'' Sung*). Operado pela escola, um AIE, *Trust no Fox* é uma ferramenta para a geração de consenso, este é, os judeus nos odeiam, não são nem mesmo humanos, são servos do próprio Mal, logo, podem ser aniquilados.

Os contos propagam uma lógica cruel, sua idéia de pertencimento e união só existe em função daquilo que não é igual. A lógica absoluta, binária, limita-a a essa realidade. A natureza da ideologia nazista é intrinsecamente excludente, sua união nasce da necessidade

de se eliminar os que são diferentes. Sempre coerente com este universo da discriminação, *Trust no Fox* encontra seu final feliz, a expulsão de todos os judeus da Alemanha.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A descrição dos atos e estratégia nazistas soam realmente cruéis, de forma que é pouco provável que um cidadão do início do século XXI não se impressione com seus relatos. Sensação de repulsa também causam os contos de *Trust no Fox*. É razoável que seja assim, naturalmente nos comovemos ou nos revoltamos com a exploração do indefeso, que dirá de uma criança. Ocorre que nossa percepção, por vezes, nos prega peças. Afastados que estamos da realidade nazista da Alemanha do início do século passado, sentimo-nos encorajados a adotar uma postura mais crítica, relativizante. Esta capacidade de observação é efeito do distanciamento histórico, sentimos que não temos laços mais fortes com aquela realidade, então podemos analisá-la mais friamente. O mesmo não ocorre com a realidade em que nos encontramos inseridos. Já que o absurdo do contexto nazista foi esclarecido, tentemos analisar o presente pelo método comparativo, buscando nele o que há de comum com a Alemanha de 30.

No início do século XX a Alemanha estava tomada por uma ideologia dominante, o nazismo. Assumindo o governo e controlando os Aparelhos do Estado o NSDAP impregnou as mentes alemãs com suas crenças. Ninguém estava livre de sua influência, o nazismo era transmitido logo na infância, e, como crianças não são providas de discernimento e vivência suficientes para fazer oposição, muito menos à figura do professor, eram facilmente tomadas pela lógica da diferença. O NSDAP não poupou esforços. Utilizando-se concomitantemente dos aparelhos ideológicos e coercitivos do Estado, os nazistas implantaram seu pensamento à custo de muito giz e sangue.

Similar à teoria nazista é a lógica de mercado. Em muitos aspectos a sociedade de consumo encontra confluências com o nazismo. Mas a principal, chave dos dois sistemas, é o princípio da diferenciação. Ambos os modelos operam sobre uma estrutura exclusória, de identificação da diferença. Mais, assim como no modelo nazista alemão, a sociedade de consumo perpetua-se pela difusão de sua ideologia. A argumentação de que os modelos são completamente diferentes, visto que as sociedades ocidentais atuais adotam o sistema de governo democrático, é falha. A adoção da democracia só foi possível porque o sistema constituído sofisticou-se, aprendendo a lidar com essa que, a princípio, aparenta ser uma contradição.

A sociedade de consumo tolera um regime democrático porque evoluiu. A propagação da ideologia, a disseminação do consenso, se dão, hoje, muito mais por ação dos AIE do que pelos ARE. A sociedade de mercado armou-se de uma luva de pelica que parece invencível (e invisível), foi muito além do sonhado por Hitler.

O NSDAP se fortaleceu pela criação de um inimigo. Após determinar um sistema de valores, no caso, baseado na diferenciação racial, o nazismo reprimiu um grupo, tido como

inimigo, e exaltou as qualidades do outro, representante do ideal de perfeição. Ocorre que os judeus, negros, ciganos, homossexuais, ou qualquer outra minoria atacada pelo regime alemão, nunca se considerou realmente inferior, apenas vítima. O Mercado quebrou essa barreira.

A sociedade de mercado gerou consenso de tal forma que os seus excluídos, os descapitalizados, se sentem realmente inferiores. O consenso está tão profundamente arraigado que o sistema em que encontram-se inseridos os indivíduos, soa como algo natural, em vez de humanamente determinado. A sociedade de mercado foi profícua na implementação de sua ideologia, tendo garantidos, agora, os meios para a perpetuação de sua existência.

Tal qual na década de 30, a propaganda interpreta um papel muito importante na sociedade de mercado, ela criou a ilusão. A propaganda e a publicidade são partes indissociáveis da vida moderna, e contra sua influência ninguém está protegido. O mundo das imagens idealizadas, dos corpos perfeitos, das mulheres maquiadas (mundo este mantido pela propaganda, publicidade e marketing), seduziu definitivamente o Homem. Inspirados por estes padrões de beleza, cujos critérios são estabelecidos pela classe dominante, todos traçam suas metas de vida, seus desejos mais íntimos, inclusive os mais pobres.

A nova classe de excluídos, esses judeus modernos, sem potencial de consumo, querem ser como o dominador rico, os arianos capitalizados. A lógica que se divulga não é absoluta, pelo contrário, teoricamente todos podem ascender à perfeição. O Olimpo capitalista é assegurado por uma suposta democracia, uma em que faz sentido querer ser como o dominador, visto que as chances de sê-lo não são de todo impossíveis.

Articulando a propagação de um sistema de valores e controlando os AIE, a moderna sociedade de mercado criou consenso. Como sintoma dessa mudança, observamos a transformação do marketing de produtos que, em vez de anunciar atributos materiais, cada vez mais se posiciona em função de caracteres subjetivos. A sociedade deixou-se envolver por um conjunto de valores, e o marketing, muito coerentemente, aposta nessa tendência quando posiciona seus produtos. Talvez agora, observando o contexto atual sob esta perspectiva, o passado alemão não pareça uma realidade tão distante.

O Mercado segue os passos do Nazismo, e o marketing de produtos, os da propaganda política. As imagens e os apelos à emoção conquistaram a sociedade. A lógica conspirada atribuída a Hitler é exortada, enquanto que, a do Mercado, arrendatária de tantos elementos estratégicos nazistas, passa despercebida, sistema humano com ares de natureza. O escravo mantém-se escravo, contribui com o endeusamento de um ideal que não existe fora dos out-doors e capas de revista, exalta as qualidades daquele que o domina, torna-se carcereiro de si mesmo..

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAKER, David.A; MYERS, John G. *Advertising management*. New Jersey: Prentice Hall, 1975.
- ADORNO, Theodor W.. *Educação e emancipação*. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos do estado*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- BURNS, Edward McNall. *História da civilização ocidental*. Porto Alegre: Globo, 1959.
- CHÂTELET, François; DUHAMEL, Olivier; PISIER, Evelyne. *Dicionário de obras políticas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- CHILDS, Harwood L.. *Propaganda and dictatorship*. Princeton: Princeton University, 1936.
- FORNARI, Franco. *Psicoanálisis de la guerra*. México: Siglo Veintiuno, 1972.
- FREUD, Sigmund. *Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud*. v.23. Rio de Janeiro: Imago, 1975.
- GALBRAITH, John Kenneth. *A era da incerteza*. 9.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- GERMAN propaganda archive: Anexo 2
<http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/fuchs.htm>, acessado em 24/11/2004.
- HITLER, Adolf. *Mein kampf*. Paris: Nouvelles Éditions Latines, 1934.

HITLER, Adolf. *Mein kampf*. London: Hurst and Blackett, 1939.

HOPKINS, Claude. *A Ciência da propaganda*. 12.ed. São Paulo: Cultrix, 1997.

JEWISH question in education: Anexo 1

<http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/fink.htm> , acessado em 24/11/2004.

JUNG, Carl G.. *O desenvolvimento da personalidade*. Petrópolis: Vozes, 1981. (Obras completas de Carl Gustav Jung, vol. XVII).

JUNG, Carl G.. *O homem e seus símbolos*. 21.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de marketing*. 7.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

LASCH, Christopher. *O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis*. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

LIDER, Julian. *Da natureza da guerra*. Rio de Janeiro: BIBLIEX, 1987.

LOWENBERG, Peter. *Decoding the past: the psychohistorical approach*. _____. University of California, 1984.

McCONNEL, James V.. *Understanding Human Behavior: an introduction to psychology*. 2.ed. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1977.

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. *The strategy process: concepts, contexts, cases*. 3.ed. New Jersey: Prentice Hall, 1996.

RANDAZZO, Sal. *A criação de mitos na publicidade: como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Roco, 1996.

RICHARD, Lionel. *A República de Weimar (1919-1933)*. São Paulo: Companhia das Letras: Círculo do Livro, 1988. (Coleção Vida Cotidiana)

RIES, Al; TROUT, Jack. *Marketing de guerra*. 31.ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.

TCHAKHOTINE, Serge. *A mistificação das massas pela propaganda política*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1959.

Leonardo de Vasconcelos Machado Rodrigues

leovmr@uol.com.br

tel. 2205 7967 cel. 8143 8540

“As grandes massas... serão vítimas mais fáceis das grandes mentiras”

Adolf Hitler

ANEXO 1:

Este texto foi retirado de um livro publicado por Julius Streicher, seu objetivo é instruir os professores sobre a melhor maneira de inserir a temática anti-semita em suas aulas. Este material foi traduzido do alemão por Randall Bytwerk e está protegido por leis de direito autoral. Está postado no endereço: <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/fink.htm> (Jewish, 2004)

Fonte original: FINK, Fritz. *Die Judenfrage im Unterricht*. Nuremberg: Stürmervverlag, 1937.

The Jewish Question in Education

by Fritz Fink

Introduction by Julius Streicher

The National Socialist state has brought about fundamental changes in every area of the life of the German people. It has also given the German teacher new tasks. The National Socialist state demands that teachers teach German children about the racial question. For the German people, the racial question is the Jewish question. He who wishes to teach the children about the Jews must himself become an expert. Teacher Fritz Fink wants to help the German teacher to understanding and knowledge with his pamphlet *The Jewish Question in Education*. He can and may do this because fate has called him to a battle that let him gain knowledge about Jewish blood and its effects on the German people. He who takes to heart what Fritz Fink has written from his heart, which has cared for many years about his people, will be thankful to the author of this outwardly small pamphlet.

Introduction

The racial and Jewish Question is the central problem of the National Socialist worldview. Solving this problem will ensure the survival of National Socialism and thereby the survival of our people for all times. The enormous significance of the Jewish Question is recognized today by nearly every member of the German people. This knowledge cost our people a long period of misery. To spare coming generations this misery, we want German teachers to plant the knowledge of the Jew deep in the hearts of our youth from their childhood on. No one among our people should or may grow up without learning the true depravity and danger of the Jew.

That requires that the German teacher himself master the racial and Jewish Question. Valuable work is done in educational camps and in the groups of the National Socialist Teachers' Federation. Experience shows, however, that many teachers are not able to present and explain their knowledge of the racial and Jewish Question in a way that profits our youth for their whole lives. He who devotes an hour a week in his school to the racial and Jewish Question, making it into something of an independent subject, approaches it in an unnatural way. The knowledge of the racial and Jewish Question must grow organically from the whole curriculum of our schools. Racial science and the Jewish question must run like a red thread through education at every level. There is no subject in our schools from which valuable knowledge of the Jewish Question cannot be drawn in unexpected fullness. This small pamphlet, *The Jewish Question in Education*, will explore several of these opportunities. It does not pretend to be a pedagogic text in the usual sense. It contains none of the familiar sample class sessions which have ruined the style and instincts of some teachers. The pamphlet *The Jewish Question in Education* wants to show German teachers simple ways in which the Jewish Question can be incorporated naturally into the curriculum. He who has mastered the highway will himself discover a thousand side streets and find new ways himself.

The German Child and the Jew

He who addresses the theme "The Jewish Question in Education" is immediately asked: "How do I get this problem across to children?" Another objects: "Is a child even interested in the question?" The expert teacher asks: "Does a child even have the necessary capacity to understand?" Even the most conscientious teacher can be assured that a child has everything necessary: the interest, the ability to understand. In an age when adults did not see or recognize the Jew, the child saw him as foreign. When the Jewish cattle dealer stepped onto the farm, the farmer's children ran inside and hid behind the mother's skirt. Their uncorrupted racial instincts smelled he of the foreign race, who brings danger and misery. Adults had lost this healthy racial instinct. They had forgotten how to see racially. They no longer saw he who was different. In working class districts of Nuremberg after the war, children followed Jews shouting: "Jew, Jew, hepp, hepp, hepp!" The fathers and mothers of these children were members of parties of which more than half of the leadership were Jews. A dislike of the Jews is innate in uncorrupted German youth. Today the child encounters the name Jew everywhere: in the newspapers, in conversations, in the songs of the S.A. and the HJ [**Hitler Youth**]. The disgust with which they hear this name steadily increases, as does their dislike when they meet a representative of the Jewish race. However young he may be, a child asks himself the reasons for this dislike and disgust and wants an

explanation from his teacher. That provides the foundation for successful education. But some teachers still lack the courage to address the Jewish question with enthusiasm. Nervously and shyly they avoid it. To be prepared for inspections, they briefly touch on the Jewish Question now and again. These are the teachers who have in their bones the ideas the Jews propagate of "objectivity, decency and humanity." These are the teachers who at the behest of the churches display pity and brotherly love to the deadly enemy, even when they sense and see that their own people are being destroyed by this deadly enemy. They are the weaklings, the cowards, those German teachers ruined by foreign powers. They avoid the Jewish question in education rather than meeting the desire of the child for education and at the same time fulfilling one of their most important tasks.

*

The question remains: "How do I get the Jewish Question across to a child in education?" The more naturally and directly this happens, the more lasting the effect. The best subject for doing this naturally and easily is science. We see in nature that only similar creatures live together. Similar insects like ants, wasps, bees, termites, etc., build their states. When migratory birds leave for the south in the fall, starlings fly with starlings, storks with storks, swallows with swallows. Although they are all birds, each holds strictly to its kind. A herd of chamois is never led by a deer or a herd of wild horses by a wild boar. Each kind sticks with its own, and seeks a leader of the same species. That is the way of nature. When these facts are explained in school, the time has to come when a boy or a girl stands up and says: "If that is the way it is in nature, it has to be the same with people. But our German people once allowed itself to be led by those of foreign race, the Jews." To older students, one can explain that a male starling mates only with a female starling. They build a nest, lay eggs, care for the chicks. Young starlings come from that nest. Like is drawn to like, and produces its own kind. That is the way nature is! Only where humanity intervenes do artificial cross-breeds result, the mixed race, the bastard. People cross a horse and a donkey to produce a mule. The mule is an example of a bastard. Nature does not want it to reproduce. It denies the mule offspring. Only man sets himself over the will of nature. He approves and even demands the mixture of blacks or Orientals with white people, or Jews with non-Jews. Each valued member of a race is racially conscious. No White who is aware of and proud of his race will mate with a Negress or a Jewess; even a racially conscious Negro will not mate with a White. Each prefers its own kind. Only an inferior member of a race inclines toward those of other races, or allows himself to be misused by them. Only inferior members of various races mix with each other, the bad mixes with the bad. It is thus clear that the bastard always gets the worst of it, that is, he unites only the bad characteristics of the races he comes from. A teacher who presents his students with such ideas will have an easy time in explaining the meaning of the Nuremberg Laws to the youth. The children will see in the Nuremberg Laws nothing other than a return to the natural, to the divine order.

There are countless examples in the sciences that provide wonderful and easy ways to discuss the racial and Jewish Question. Here we will provide only one other example. The Munich scientist Dr. Escherich has studied the wonderful structures and colonies of termites. He summarizes his conclusions in this way:

The queen is at the center of the great pyramid of earth that the termites build. She alone lays eggs and ensures offspring. Termite workers care for her, cleaning and

feeding her. Other small workers clean the passageways and carry food through the streets of the wonderful city. Larger ones with sharp pinchers, the soldiers of the termite state, provide order. They are the guardians, the defenders of the structure. As long as life in the mound follows this order and division of labor, the termite race prospers, grows and lives.

One day foreign insects came to the termite mound. They tried to enter. Where good termite soldiers stood, there was a battle and the foreigners were driven away. But there were also places where guards had forgotten their duty. They mixed with the foreigners. They sipped an apparently tasty liquid that the foreigners exuded from their bodies. They became brothers with the foreign insects that had come to their mound.

They let the foreigners pass and enter the termite state. The termites inside took no offense at the foreign guests. They thought that if their "guard" had admitted them, they could not be enemies. Ever more guests came. One day there was great excitement in the termite mound. There was a terrible battle in every corner. The foreigners had murdered the queen. There was revolution in the termite state. Everyone murdered everyone else in a gruesome manner. A few days later the mound was dead. Everything living had been destroyed.

The students who hear the teacher tell of this amazing natural event will think deeply for a while. It would be surprising if a student then did not stand up and say: "That is the way it was with our people, in our country. The foreigners who came to us and gained entry were the Jews. At first there were a few, then more and more. After the war they came in swarms from the East. When they felt strong enough, they led a revolution. They hunted our people's leaders. There was murder everywhere. There was no order. The Jew became lord of the country and the state."

The teacher will help them along by expanding on the subject:

Yes, children, that is how it was. It was not long ago. The "leaders" of our people let the Jews in because they thought they could not get along without the financial and court Jews. The Jew earned the favor of the rulers by bribery. He took over one post after another in the government. He infiltrated everywhere, everywhere he had his paid lackeys. He even got so far as to win the favor of the Kaiser. When the Jew felt strong enough, he struck. Revolution came to the country. Law and order disappeared. The people's leaders were persecuted. In Russia the Jew murdered them. Brother raised his hand against brother. In Germany everyone hated everyone else. Things grew silent in Germany, silent on the farms and in the factories. Poverty, hunger, misery were everywhere. We were collapsing. The Jew was lord over us."

Such a lesson will help the children understand why the Nuremberg Laws redefined citizenship and excluded the Jews from any influence in political and governmental life. The children must learn that the laws directed against the Jews and the struggle against him is not the result of an arbitrary whim, but an action necessary to defend our people. [pp. 3-12]

pp. 13-41 not translated

Racial Defilement

I have not yet discussed the most important and dreadful side of the Jewish Question. It especially concerns those teachers in the vocational and upper-level schools who care for our female youth. It also demands steady attention and deepening from the BDM [**League of German Girls**], the German Labor Front, and all the organizations outside the schools that work with our female youth. All of us, parents and teachers bear the guilt that countless of our girls and women have been ruined by the Jews. We may not and do not want to judge them. Neither parents, teachers nor clergy educated or warned them. No one introduced them to the god-given secrets and laws of blood and race. They were fed all sorts of things in school and church. Yet no one gave them the deepest knowledge that would have protected them from physical and spiritual destruction. Thus the poison of Jewish blood entered our people's bloodstream thousands upon thousands of times. Many decades will pass before our people eliminates it. No German teacher today can avoid the problem of "The Jew and the German woman." It would be criminal neglect. Why should we from stupid sinful embarrassment conceal from our more mature girls in school what they can learn five minutes later in all its brutality on the street, in shops, or in offices, or what will perhaps be revealed to them the same evening in the most awful way by a criminal Jew?

The new approach to education has the goal to lead our female youth to motherhood, to womanhood. Mother and child, with all their related questions, are now more the center of education. Thank god, eugenics and a concern with healthy offspring has also entered our schoolrooms. It is easy to build the bridge from them to the Jewish Question. The Nuremberg Laws also provide a starting point. They forbid Jews to have female servants under 45 years of age. They forbid marriage between Jews and Germans. They provide lengthy prison terms for sexual relations between Jews and Germans, even if it does not lead to motherhood. Why is this?

We recall the knowledge gained earlier in the sciences. We extend it. We learn from the animal breeder. We study the ancestors of his animals. He tells us that he breeds only pairs of the same race. Only that ensures that the valuable characteristics of the various races remain intact and improve. Each animal breeder can affirm that crossing the races always results in a bastard, and that such a degenerate animal is worthless. That is clear from thousands of examples.

We then turn to people. Why should they be exempt from these laws? We use pictures as an aid: pictures of children of German-blooded parents, pictures of Jewish children, both of whose parents are full-blooded Jews, and pictures of children who are a mixture of Jew and German. We make the comparisons. We are most interested in the last group of children, those of mixed race. We look to see from which race most of the characteristics come. We see the Jew in his face, his body, his appearance and manner, his thinking, feeling and behavior. We do not need to investigate deeply. Everything about him speaks of the Jew, of discord, of degenerate blood. The person of mixed race is a lamentable creature, tossed back and forth by the blood of his two races. We establish that the bastard is a burden to a people. He weakens it. His offspring carry on the racial degeneration. I urge each teacher to encourage the reading of Dr. Dinter's book *The Sin Against the Blood*. It speaks in a stronger way to our more mature girls than the lovely sweet stuff that one still finds here

and there. In schools where girls are trained to be teachers, I think that introducing the racial and Jewish Question in this way is the most important task. I know from experience how helpless, inexperienced and ignorant some young female teachers are about this problem.

The sin against the blood passes its curse not only to the mixed race offspring, rather the curse also sticks to the defiled mother, never leaving her for the rest of her life. Racial defilement is racial death. Racial defilement is bloodless murder. A woman defiled by the Jew can never rid her body of the foreign poison she has absorbed. She is lost to her people. What we have learned from animal breeders is just as true here. Our ancestors knew this. We forgot it. Only one guarded it through the millennia as a valuable treasure: the Jew!

Once again we review the familiar history of the Jewish people. At a time during the Babylonian Captivity when the Jews took non-Jewish wives and Jewish blood threatened to decay and decline, Ezra entered the scene. The savior of the Jews. He gave the people that law of blood to which Jewry today owes its existence. He forbade marriage with non Jewesses. He forced the Jews to drive their non-Jewish wives into the wilderness. Ezra's laws are holy to the Jews to this day.

The Jew thus recognizes the significance of keeping blood pure. But he persuades other people of the opposite. He preaches racial mixing to other peoples, bastardization. "Why does he do this?", the girls will ask. Because he sees in racial mixing the surest way to break the life force of the nations, to drive them into the depth of destruction. His goal is to contribute to this process of bastardization wherever he is able. The defilement and deracing of non-Jewish women by the Jews is not the result of a blood-driven Jewish sexual drive. It is far more the result of devilish planning and calculation. This gives us once again the opportunity to speak to our female youth of the Talmud and to discover that the Talmud not only permits the defilement of non-Jewish women, it makes it a duty. Once again we encounter the great Jewish hatred, the great Jewish desire for annihilation, when we read what the Talmud says about non-Jewish women:

"The Jew may misuse non-Jewish women." (Maimonides: *Jab chasaka* 2,2.)

"All non-Jewish women are whores." (Eben haezar 6,8.)

"A non-Jewish girl who is three years and a day old may be defiled." (Abodah sarah 37a.)

"A man (Jew) may do everything with a woman that he is able to do. He may treat her like a piece of meat that comes from the butcher. He may eat it raw, grilled, cooked or smoked." (Talmud: *Nedarine* 20b.)

"It is forbidden for Jews to commit adultery with the wife of a Jew. Adultery with the wife of a non-Jew is permitted." (Talmud *Sanhedrin* 52b.)

A teacher who has not slept through the past few years will find it easy to give his girls insight into the terrible destructive work the Jew has done to German women. He will speak of the tragedies that have occurred in Jewish homes, offices, department stores, in the offices of Jewish doctors and attorneys. He who has heard nothing of this may read the *Stürmer* and follow the battle it wages against Jewish racial defilers. Things had gone so far that the Jew **Kurt Münzer** could say:

"We have ruined the blood of all the races of Europe, defiled them, broken their strength, made everything tired, lazy and rotten with our corrupt culture." (*The Way to Zion*, a novel of 1910).

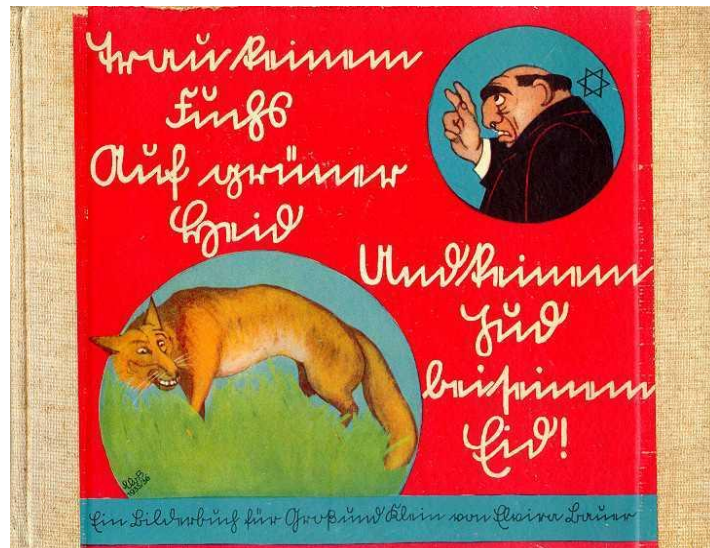
And the Jewess **Anselma Heine** boasted:

Suddenly I saw in him the typical ancient train of suffering of his race. It was his pleasure to have power over women, and nothing gave him greater joy than to boast of the brutal force with which he ruled his women of the blond nobility." (Anselma Heine on the poet Ludwig Jakobowski, "Lit. Echo", Issue 3, 1912).

Girls educated in such a way will never become victims of the Jew. They are safe from the devils of this world. They will slap the Jewish seducer in the face if he dares to approach them. Now they understand the **Nuremberg Laws**. Their hearts are filled with passionate thanks that the National Socialist movement protects the German woman from shame and defilement. They will pass on to their children what we have given them. Thus the blessings of our labors will endure in the coming generations. [pp. 41-46]

Page copyright © 2001 by Randall Bytwerk

ANEXO 2: *Trust no Fox* (German, 2004)



→ Capa

The Father of the Jews is the Devil

At the creation of the world
 The Lord God conceived the races:
 Red Indians, Negroes and Chinese,
 And Jew-boys too, the rotten crew.
 And, we were also on the scene:
 We Germans midst this motley medley-
 He gave them all a piece of earth
 To fill in the sweat of their brow.
 But the Jew-boy went on strike at once!
 For the devil rode him from the first.
 Cheating, not working, was his aim;
 For lying, he got first prize
 In less than no time from the Father of Lies.
 Then he wrote it in the Talmud.
 By the banks of Pharaoh's Nile
 Pharaoh saw this folk, decided
 "I'll torment the lazy blighters,
 These people shall make bricks for me."
 The Jew did this all wailing and whining,
 Never was there such cursing and swearing,
 With bent backs and over-big slippers.
 Even today we see them shambling
 With lip hanging down and great red noses



And looking daggers, flashing hate.
 They owe Pharaoh a thousand thanks,
 Who trounced them soundly for their pranks.
 The Jews soon had enough of that!
 The Devil brought them to our midst,
 Like thieves they stole into our land
 Hoping to get the upper hand.



But the Germans — they stand foursquare.
Look, children, and the two compare,
The German and the Jew.

Take a good look at the two
In the picture drawn for you.
A joke — you think it is only that?
Easy to guess which is which, I say:
The German stands up, the Jew gives way.
The German is a proud young man,
Able to work and able to fight.
Because he is a fine big chap,
For danger does not care a rap,
The Jew has always hated him!
Here is the Jew, as all can see,
Biggest ruffian in our country;
He thinks himself the greatest beau
And yet is the ugliest you know!

The Eternal Jew

From the start the Jew has been
A murderer, said Jesus Christ.
And as Our Lord died on the cross
God the Father knew no other race
To torment His Son to death,
He chose the Jews for this.
That is why the Jews now claim
To be His special proteges.
When Christ the burden of the cross
Too heavy found, He sought to rest
One moment 'gainst a door.
But from the house a Jew came out
Cursed Him and upbraided Him,
Telling Him to move on further.
For 'twas a Jew that owned that house.
It was the Jew Ahasuerus.....
Since then the Jew has borne a curse.
Two thousand years he has sought rest,
That wretched Jew Ahasuerus,
The curse has passed to all his race,
Restless he wanders far and wide,
One land to another.
He has no home to call his own,
The alien Jew, that scurvy knave.
His nomad soul finds nowhere rest,
Everywhere he's just a pest.
Four centuries have come and gone,
Ahasuerus crops up everywhere
Now in Hamburg, next Berlin,
In Denmark and in Danzig too.
Dresden, Paris have seen that Jew.



Believe me, children, it is quite clear,
Ahasuerus haunts us still
Under the skin of every Jew.
Now, children, keep a good look out
Whenever you see a Jew about.
The Jew creeps round, a regular fox,
Keep your eyes open, or you'll be on the rocks.

Jewish Names

So that the Jew you shan't recognize
 His name turns up in other guise.
 Herr Nathan calls himself Jonathan,
 While Levin becomes Levinson.
 Abraham loses two of his "a's"
 And now his name reads simply Brahm--
 Others are even more cunning still!
 They drop their foreign names at once
 And you will find high-sounding names,
 Bluehdorn and Siegenreich,
 And Veilchenblau and Loewenstein
 And Rosenholz and Rosenhayn
 And Lindenstein and Blumenfeld.
 The Jew goes even further still--
 He chooses names of animals.
 He calls himself Katz, Hirsch or Strauss. Others
 there are, who dub themselves
 Fischbein, Herz, and Mond and Stern,
 And Dreifuss, Block and Fels and Stein
 And Schloss and Grossmann and Klein, too.
 More modest still are those Jews



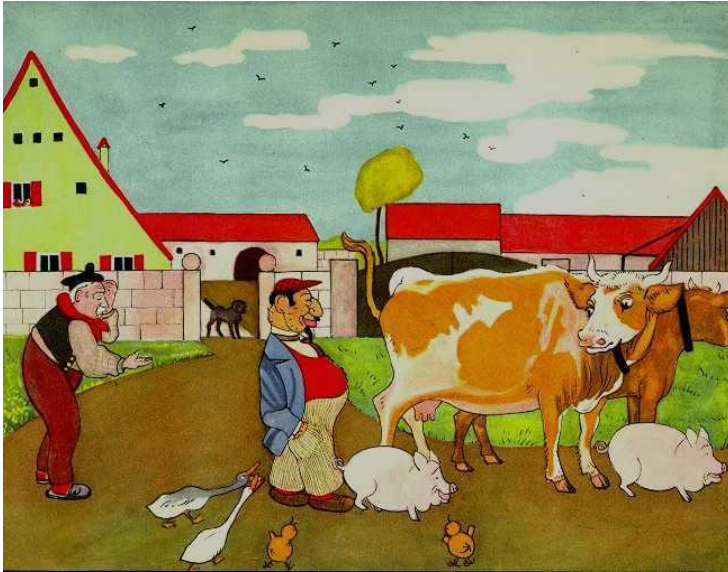
Who call themselves by the name of Blum.
 The Rabbi, he is very wise:
 He calls himself Markus Ehrenpreis!
 And a Baron named Rothschild
 Even calls his daughter Kriemhild.

Once a Jew, always a Jew

Ikey Itzig had a brainwave:
 "I know what, I'll be baptized."
 These stupid folk will surely say:
 "Look, there goes a Christian man."
 Itzig Iphraim one fine day
 Called on the local village priest,
 Asked to be sprinkled from the font.
 The priest was all agog to please him.
 "Hear my words, Jew Iphraim," he said,
 "Thee I baptize: Gotthilf Joachim
 Fridericus Christian Itzig.
 Now hear what I say:
 Once a Jew, now a Christian you are,
 And obedience is required of you.
 Promise never to forget
 To eat no meat on Friday,
 For that would be a sin
 Hardly to be pardoned!"
 When next Friday he came to see
 Our Ikey, Itzig in great glee
 Was making short work of a goose.
 "Itzig, my man, what does that mean?"
 Cries reverend father in furious spleen.
 "You ought to know that on your plate
 There should be no meat this date!
 Strict penance you must pay for this!"
 The sinner said: "ei waich ei waich!
 Why make such trouble all at once?
 What you upon my plate do see,



It is no goose: It's just a fish!
 I bought myself a goosie-gander,
 Bethought myself to christen it!"
 On this fried morsel I pronounced:
 "You were a goose, now you are a fish!"
 Now children, on the other page
 The Jew you'll see. Can you believe
 Since baptism he's really changed?
 Five pails of water o'er his head
 Makes no changes in his heart.
 One thing always keep in view,
 Once a Jew, always a Jew!!



The Cattle Jew

Most revolting in a Jew
Is his peculiar greed for gold.
Always with him is first in mind
By hook or crook a deal to find.
There was once a Jew called Kohn
With 100,000 talers all his own
From cutting offers to the bone.
Greed of gold had sullied his soul.
Came a farmer in greatest need,
Cows and pigs he offered the Jew
For 120 Gulden new
To free himself from binding debt.
The Jew, however, was not ashamed
To pay him half the price he named.
Away went cattle with grinning Jew,
The farmer was heartbroken too.
Misfortune dogs him more and more;
In Jewish hands there's death in store.
So listen, you people, wherever you are:
"Don't trust a fox on the greensward
And never a Jew on his plighted word!"

The Sabbath

Jew Ikey comes on Friday home.
A perfect gentleman he seems;
A week of swindling stupid "goys"
And telling lies bring Sabbath joys.
He rattles with his money bag,
Cries: "Becky, woman, look at that!"
Then he takes his roll of prayer
And then he mumbles to and fro
Yiddish praises to Jehovah.
(Oh boy! What fun!)
Along he goes to water tap
For Sabbath joys demand a wash.
But there he does not scrape too hard;
The rest can stay for years and years.
Now see him when the Sabbath comes,
Resplendant in a tall top-hat!
Velvet and silk adorn her form,
For that is quite her special taste!
On Sabbath he won't move a finger;
The stupid "goy" does all the work!



And even to put out the light
He calls the "goy" to do the job.
Did you know that, my Christian friends?



Folks, look at this rare twister, too.
It is old Aaron Kahn, the Jew.
Owner of a store is he.
And all his precious merchandise
Is sold by means of rotten lies.
Just rubbish worked off on dumb goys.
Aaron Kahn has a purse quite full.
He's emptied that of many a fool.
These suckers come most willingly
To spend their money at his store.
But when a hungry man appears
And begs for bread with melting tears,
Look at the picture over there
And see a Jewish sould laid bare.
So listen folks, wherever you are:
"Don't trust a fox on the greensward,
And never a Jew on his plighted word!"



Here Isaac Blumenfeld we see;
As butcher he makes good money.
But take a closer look, look closely,
A rogue this Yid is mostly.
Isaac sells you meat 'Tis said,
But he gives you filth instead.
See that piece upon the floor,
Another the cat has in its paw.
The Jewish butcher never fails;
Dirty meat weighs more in the scales.
And — please just keep this in your mind
He does not eat it, nor his kind.
Only Jews, to their dire shame,
Could play you such a dirty game!
So listen, you folk, wherever you are:
"Don't trust a fox on the greensward,
And never a Jew on his plighted word!"

The Jewish Lawyer

Just as children have their fights,
Grown-ups have their quarrels, too.
Parents judge in children's squabbles,
Judges settle grown-ups' disputes.
A good lawyer must before the judge
Lay bare all the details of the case
When the trial once begins.
The lawyer gets his money.
So it is in the whole wide world...
Our farmer Michael goes to town.
He's got a date with the sharp attorney.
See him in the sketch I've drawn,
With handsome wife in fine attire.
Next them the lawyer may be seen,
He's looking very poor and mean.
Just now his trade is very slack,
From farmer Michael he expects a whack!
To the farmer he makes a plea:
"Dear rich Michael be kind to me.
Couldn't you bring me butter, wine,
Flour and eggs? That would be fine!
Just give me time with this tricky suit;
We'll win the case and money to boot!"
Here's good prospect, I surmise,
But all he said was a pack of lies.
The peasant folk from Dummelsbrumm
Believe it all: they are so dumb!
They bring him every kind of food.
And, Boy! that lawyer's feeling good.



The end is sad to this long tale:
The farmer had to go to court,
So long the Jewish lawyer fought,
Primed with the farmers butter and eggs.
Now round and plump and plump and round,
Jew lawyer weighs 240 pound.
Only when there was nothing left
Did, strangely enough, the trial end.
The farmer, true, had won the case;
Now he wonders with long face
Who his goods and money took.
They were stolen all by the Jewish crook.

Servant-girl

Rosy leaves the countryside.
 Up to town, there to bide:
 She wants to earn a living there.
 And so she buys a newspaper;
 Looking its advertising through.
 She finds a post with Katz, the Jew.
 Three bouncing daughters has this Yid;
 His wife, Oh My! is sure no kid.
 All four are idle lazybones,
 Doing nothing all day long.
 "So Rosy cleans and sweeps and cooks,
 For such is shame and not a blessing,"
 Says Jewish master, "in our station."
 German girls from the country,
 He takes and treats them properly
 As understood in Jewish fancy.
 Look at Rosy from the country!
 Working hard like any slavey.
 Yet they drive her harder still:
 She lives a live, a dog would kill.
 Her plight is worse than many a beast;
 The Jew should pay her well, at least.
 "To the Christian you may give.



Carrion meat, that he may live.
 But you yourself must ne'er forget,
 That by a Jew it's never ate.
 For Holy is the Jew.
 The Talmud says it, too."



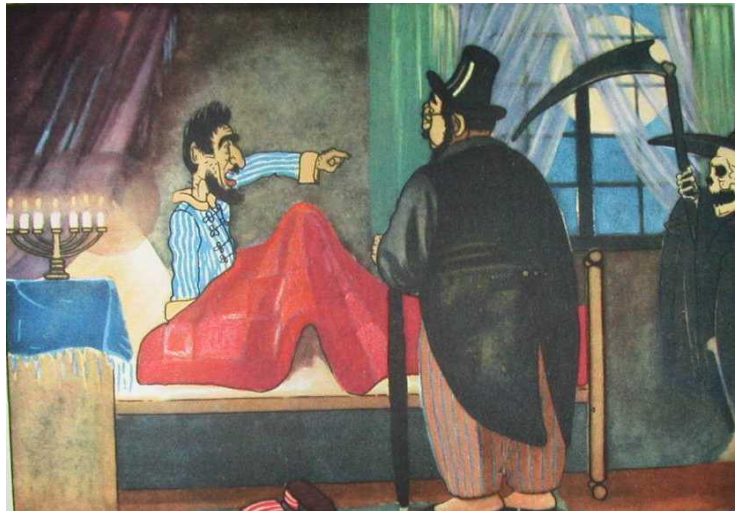
What a creature is the Jew.
 Not even his own women he likes.
 To share himself a German wife
 He thinks just cute. You bet your life!
 Look at Jew and girl right here:
 'Tis sure he can't be thought her peer!
 Compare him with this German Frau.
 He cuts a pitiable figure now!
 I would the Jew had sense to own
 He'd best leave German girls alone.
 Try his own "kalle" instead.



The father says to his daughter dear:
 "You cause me great distress, I fear!
 The blood of all of us is pure,
 But for the sake of selfish gain
 In fine dresses and money, too,
 You're always with Sol Rosenfeld, the Jew,
 Thinking maybe to become his wife!
 This means no good.
 I won't have it, d'ye hear?
 A dachshund is never put between the shafts
 Of a wagon where a cow belongs!
 That's just impossible, I say.
 So mark my words for once and all:
 'Don't trust a fox on the greensward
 And never a Jew on his plighted word!'"

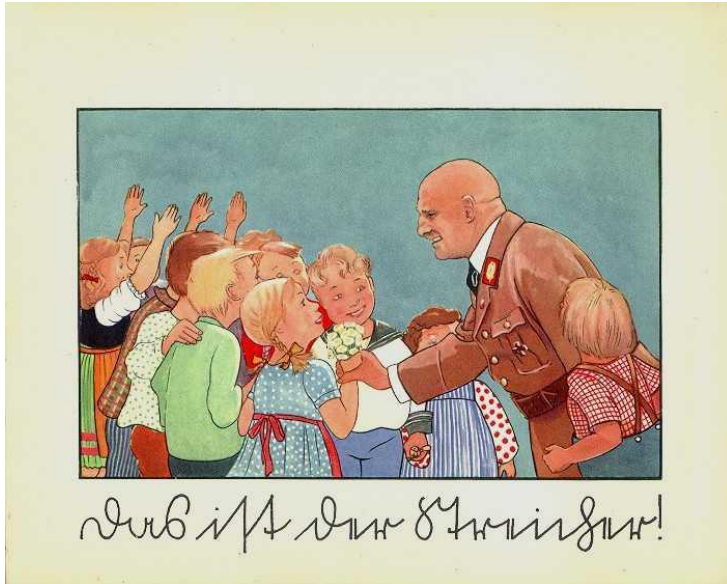
The Jewish Doctor

A Jew once lay at point of death
 So sent at once for Dr. Wehdir (or "woe to thee")
 To save his life at once,
 For death was his great dread.
 So when the Jewish doctor comes,
 He cries: "Death lies in wait for me!
 Please, oh please, drive him away;
 Prescribed the proper medicine!"
 Since none but he this secret knows,
 Doctor Wehdir, full of spunk,
 Runs to a German hospital
 And tries it out on patients there.
 When three have died of its effects,
 The health of many more been ruined,
 No Jew risks taking it!—
 For fear 'twould mean his death —
 Doctor Wehdir won't despair
 Till the bane's on others tried.
 When the stuff all tests has passed
 Safely, to the Jew it's given at last.
 Thus Dr. Wehdir makes sure as well
 That one more Jew is saved from Hell.



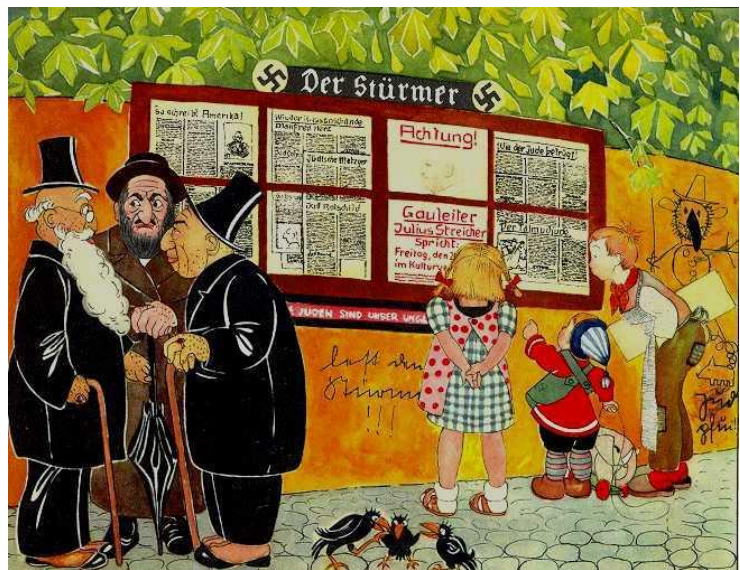
If on "goys" twas tried at first
 For Christians that is none the worse.
 This is the moral of this story true:
 Never trust Jewish Doctors, You!

"The Christian (Akum) is really like a dog,
 So it's our job to do him in.
 Love only Jews."
 Even so is it written in the Book of Laws.



Other tricks performs the Jew,
 Inspired by his Satanic blood.
 Urged on by just this meanness.
 He's fooled the lot of us Germans,
 But he shan't do that any more.
 A valiant man stood up for us,
 Hailing from Germany's heart, Franconia.
 To him we owe our deepest thanks
 That German stock remains so sound.
 The Jews in turn he's taught a lesson,
 The value of a healthy folk.
 He's let them feel the German spirit
 Twixt Jew and us he's shown the difference.
 That is Streicher!!

He's had the great "Stuermer" printed;
 That's why all Jews detest our Streicher.
 My, don't they make an uproar!
 To Streicher it is all the same.
 He's fought his way for many a year.
 All round the world he is renowned.
 The newspaper in America,
 It writes of him from time to time.
 The Jewish hate and Jewish pest
 Is shouted abroad both East and West,
 Throughout the whole wide world.
 It's no wonder the Jews start trembling!





"We do not buy from Jewish shops!"
 Says the mother to the child.
 "'Tis only German goods we buy;
 Remember that, my darling."
 German firms should only buy
 What's been made by German hands,
 By German industry and strength.
 That's why we only go
 To those stores with German goods,
 Here also we save more,
 For their wares are cheap and good.
 From Jews you get bad value!
 Hence take note of mother's words,
 Be sure you never buy from Jews.

It's going to be fine in the schools at last,
 For all the Jews must leave.
 For big and small it's all alike.
 Anger and hats do not avail
 Nor utmost Jewish whine or wail.
 Away with all the Jewish breed.
 'Tis the German teacher we desire.
 Now he leads the way to cleverness,
 Wanders and plays with us, but yet
 Keeps us children in good order.
 He makes jokes with us and laughs
 So going to school is quite a joy.





In our far-flung Fatherland
 Many a bit of earth is famous
 For its beauty and its strength
 The wealth of health bestows.
 That's why it's so frequented
 By people from far and near.
 As on this picture may be seen
 A notice-board is erected here,
 Telling for all the world to know
 Here Jews are hardly popular.
 The German is the owner here,
 So, friend Yid, best disappear!

The Führer's Youth

The boys who are true Germans
 To Hitler's Youth belong.
 They want to live for their Führer,
 Their eyes are fixed on the future.
 Bigger and stronger they have become.
 The German Heritage is theirs.
 The great and sacred Fatherland
 Stands today as it ever stood.
 From this picture may be seen,
 Hitler Youth in splendid mien,
 From smallest to the biggest boy.
 All are husky, tough and strong.
 They love their German Führer
 And God in Heaven they fear.
 But the Jews they must despise!
 They're not like these boys,
 So Jews must just give way!





In far-off South is the country
Which cradled Jewish ancestry.
Let them go back there with wife and child
As quickly as they came! —
What a disgusting picture
Is shown by these Jews, so dirty and wild:
Abraham, Solomon,
Blumenfeld, Berinson,
Rebecca with little Jonathan,
Then Simon and also Aaron Kahn.
How they roll their eyes
As they march along.....

(Escrito na placa: “One way road. Hurry,
Hurry. The Jews are our misfortune.”)

“Quando todos concordam, alguém não está pensando”

George Patton